
BACHELORARBEIT

Frau
Selina Müller

**Erstellen eines Kommunikationskonzeptes für die "Anpfiff- ins- Leben-
Mitarbeiterzielgruppe Trainer“ am Fallbeispiel des Jugendförderzentrums Walldorf**

2012

BACHELORARBEIT

Erstellen eines Kommunikationskonzeptes für die "Anpfiff- ins- Leben- Mitarbeiterzielgruppe Trainer“ am Fall- beispiel des Jugendförderzentrums Walldorf

Autorin:
Frau Selina Müller

Studiengang:
Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:
AM09wJ2-B

Erstprüfer:
Herr Prof. Dr. phil Ludwig Hilmer

Zweitprüfer:
Herr Matthias Born

Einreichung:
Mittweida, den 23.07.2012

BACHELOR THESIS

Development of a communication concept for the coaches of „Anpfiff ins Leben“ illustrated on the example of the youth center Walldorf

author:

Ms. Selina Müller

course of studies:

applied media economics

seminar group:

AM09wJ2-B

first examiner:

Mr. Prof. Dr. phil Ludwig Hilmer

second examiner:

Mr. Matthias Born

submission:

Mittweida, den 23.07.2012

Bibliografische Angaben

Müller, Selina:

Erstellen eines Kommunikationskonzeptes für die „Anpfiff ins Leben“ Mitarbeiterzielgruppe Trainer“ am Fallbeispiel des Jugendförderzentrums Walldorf

Development of a communication concept for the coaches of „Anpfiff ins Leben“ illustrated on the example of the youth center Walldorf

60 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences, Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2012

Abstract

Diese Bachelorarbeit beschäftigt sich mit dem Erstellen eines Kommunikationskonzeptes für die Trainer des „Anpfiff ins Leben“ Jugendförderzentrums Walldorf. Sie beleuchtet dabei die momentane Kommunikation zu den Trainern des FC-Astoria Walldorfs und die Schwierigkeiten. Im Kapitel „Forschungsdesign“ werden die Instrumente und die Vorgehensweise erläutert, die zur Informationsbeschaffung im Hinblick auf die Fragestellungen dienen. Das darauffolgende Kapitel beinhaltet das Kommunikationskonzept, bei dem die gewonnenen Daten dargelegt und anhand derer einige Lösungsansätze formuliert werden. Das Ziel dieser Arbeit ist es die Kommunikation zu den Trainern zu verbessern und ihnen verständlicher zu machen, dass sie sowohl ein Teil von „Anpfiff ins Leben“ als auch des Fußballvereins sind.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis.....	VIII
1 Problemstellung der Kommunikation im Förderzentrum Walldorf	1
2 Allgemeine Definitionen.....	4
2.1 Interne Kommunikation	4
2.1.1 Begriff „Interne Kommunikation“	4
2.1.2 Aufgaben „Interne Kommunikation“	5
2.1.3 Ziele „Interne Kommunikation“	6
2.1.4 Instrumente „Interne Kommunikation“	7
2.2 „Anpiff ins Leben“	10
2.2.1 Vorstellung „Anpiff ins Leben“	10
2.2.2 Die vier Säulen.....	12
2.2.3 Die Förderzentren	14
3 Forschungsdesign	17
3.1 Auswahl der Forschungsmethode	17
3.2 Beschreibung der Forschungsmethoden	19
3.2.1 Der Online Fragebogen	19
3.2.2 Das Leitfadeninterview	20
3.3 Methodische Vorgehensweisen	20
3.3.1 Auswahl der Interviewpartner	20
3.3.2 Aufbau und Inhalt der Forschungsinstrumente	21
3.3.3 Durchführung der Forschungsinstrumente	22
3.3.4 Vorgehensweise der Auswertung	23
3.3.5 Fazit zum Forschungsdesign.....	24
4 Das Kommunikationskonzept	26
4.1 Analyse	26
4.1.1 SWOT-Analyse	26
4.1.2 Markt-und Wettbewerbsanalyse	28
4.1.3 Stakeholder	32
4.2 Strategie.....	33
4.2.1 Ziele	33
4.2.2 Ist-Wert Analyse	35
4.2.3 Soll- Wert Analyse.....	49

4.3 Taktik	50
4.3.1 Maßnahmen	50
4.3.2 Umsetzung	56
4.3.3 Kosten	57
4.4 Kontrolle	58
5 Zusammenfassung	59
Literaturverzeichnis	IX
Anhang	XII
Eigenständigkeitserklärung	XX

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
FC	Fußballclub
VfB	Verein für Bewegungsspiele
VfR	Verein für Rasensport
SBS	Schule/Beruf/Soziales
SC	Sportclub
SG	Sportgemeinschaft
St.	Sankt
SV	Sportverein
Vgl.	Vergleich
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNICEF	United Nations International Children's Emergency Fund

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ziele der internen Kommunikation	6
Abbildung 2: Logo "Anpfiff ins Leben"	10
Abbildung 3: "Anpfiff ins Leben" Leitbild	11
Abbildung 4: „Anpfiff ins Leben“ Förderzentren	14
Abbildung 5: Rücklaufquote der Forschungsinstrumente	24
Abbildung 6: SWOT Analyse	27
Abbildung 7: Ausbildung zum Fußball-Profi beim VfB Stuttgart	29
Abbildung 8: Trainerleitbild	31
Abbildung 9: Zielgruppen des Kommunikationskonzeptes	34
Abbildung 10: Startseite der FC-Astoria Walldorf Homepage	36
Abbildung 11: Kommunikationsfluss Sportliche Abteilung, Jugendkoordinator, Trainer	37
Abbildung 12: Kommunikationsfluss Jugendkoordinator, Trainer, SBS, Fußballer, Eltern	41
Abbildung 13: Zufriedenheit mit der momentanen Kommunikation	43
Abbildung 14: Kommunikationsmittel	45
Abbildung 15: Zufriedenheit bezüglich der Vermittlung	45
Abbildung 16: Vorlage Power Point Präsentation für Elternabende	54

1 Problemstellung der Kommunikation im Förderzentrum Walldorf

„Das Maß aller Dinge ist der Mensch!“¹

Nach dieser Devise handelt der gemeinnützige Verein „Anpfiff ins Leben“, in dem er Kinder und Jugendliche der Metropol Region Rhein Neckar ganzheitlich fördert. In acht Förderzentren und in den vier Sportarten Fußball, Handball, Eishockey und Golf werden sie in den Bereichen Sport, Schule, Beruf und Soziales unterstützt. Um dieses Angebot allerdings nutzen zu können müssen die Sportler in einem der kooperierenden Sportvereine von „Anpfiff ins Leben“ Mitglied sein.

Doch welche Rolle spielen eigentlich die Trainer bei diesem Konzept? Sowohl für Außenstehende als auch für die Trainer selbst ist dies nicht immer ganz deutlich. Sie sind bei „Anpfiff ins Leben“ angestellt und trainieren zugleich bei einem der Sportvereine. Somit sind sie sowohl ein Teil von „Anpfiff“ als auch des Vereins. Durch diese Konstellation wird von den Trainern erwartet, dass sie nicht nur den sportlichen Bereich sehen und unterstützen, sondern das ganzheitliche Konzept mit den zusätzlichen Bereichen Schule, Beruf und Soziales (SBS) vertreten. Daher ist es ihre Aufgabe die Sportler auf die Angebote des SBS Bereichs hinzuweisen und es soll ihnen bewusst sein, dass der Sportverein und „Anpfiff ins Leben“ als eine Einheit zu verstehen ist und nicht zu trennen gilt. Dies ist für neue und manchmal auch für bestehende Trainer schwer zu verstehen, weil sie der Meinung sind, dass sie nur für den Sportteil zuständig sind.

Zudem kommt hinzu, dass die Trainer ihre Tätigkeit in den meisten Fällen nebenberuflich oder ehrenamtlich ausüben und somit nicht den ganzen Tag im Förderzentrum sind. Aus diesem Grund ist die Kommunikation zu den anderen Mitarbeitern von „Anpfiff ins Leben“ etwas schwierig und verläuft nicht optimal. Es sind zwar eine Menge an Kommunikationsmittel vorhanden, aber der persönliche Austausch findet eher selten statt. Außerdem wird nicht gut genug auf alle Kommunikationsmittel hingewiesen und somit werden diese nicht ideal genutzt.

¹ Dietmar Hopp, 2001

Das Ziel dieser Arbeit ist das Erstellen eines Kommunikationskonzeptes für die „Anpfiff ins Leben“ Mitarbeiterzielgruppe Trainer“ des Förderzentrum Walldorfs. Es wurde sich für dieses Förderzentrum entschieden, da die Autorin dort ein Praktikum absolvierte und somit währenddessen Eindrücke und erste Informationen sammeln konnte. Zudem befindet sich dort die Hauptgeschäftsstelle von „Anpfiff ins Leben“.

Dieses Förderzentrum steht mit zwei Fußballvereinen in Kooperation. Zum einen mit der FC-Astoria Walldorf und zum anderen mit dem VfR Walldorf. Dieses Konzept richtet sich allerdings nur an die Trainer der FC-Astoria Walldorf, da es hier mehr Trainer gibt und die Zusammenarbeit dieser mit „Anpfiff ins Leben“ enger ist als beim VfR Walldorf. Beim VfR läuft der Informationsfluss nämlich nur über eine Person und somit haben die Trainer nicht sehr viel mit „Anpfiff“ zu tun. Daher wäre dort eine Umfrage mit den Trainern nicht ergiebig genug und deshalb nicht repräsentativ. Durch dieses Kommunikationskonzept wird untersucht wie der momentane Kommunikationsfluss zwischen den Trainern und den anderen Mitarbeitern des Förderzentrums Walldorf ist und deren Zufriedenheit. Außerdem wird analysiert auf welche Art und Weise es den Trainern verständlich gemacht wird, dass sie nicht nur ein Teil des Fußballvereins sind, sondern auch von „Anpfiff ins Leben“ und deshalb das ganzheitliche Konzept vertreten sollen.

Dadurch ergeben sich zwei zentrale Forschungsfragen:

1. Wie kann die momentane Kommunikation zu den Trainern verbessert werden?
2. Wie kann deutlicher gemacht werden, dass die Trainer das ganzheitliche Konzept vertreten sollen?

Aus diesen Fragen entstehen mehrere untergeordnete Fragestellungen, die mit Hilfe zweier Forschungsinstrumente, der Online Befragung und Leitfadeninterviews, untersucht worden sind:

- Wie zufrieden sind die einzelnen Mitarbeiterzielgruppen mit der momentanen Kommunikation?
- Wie und mit welchen Kommunikationsmitteln werden sie informiert?
- Fühlen sich die Trainer als einen Teil von „Anpfiff ins Leben“/FC-Astoria Walldorf?
- In wie weit vermitteln die Trainer die Philosophie von „Anpfiff ins Leben“?
- Wie wurde bzw. wird den Trainern kommuniziert, dass der FC-Astoria Walldorf und „Anpfiff ins Leben“ als eine Einheit zu verstehen ist?

Anhand dieser Untersuchungen werden innerhalb des Konzeptes Lösungsansätze aufgezeigt, um die Kommunikation zu fördern und zu verbessern.

Diese Arbeit ist in fünf Kapitel gegliedert. Nach der Problemstellung folgen zwei Definitionen zum einen die der internen Kommunikation und zum anderen wird der gemeinnützige Verein „Anpfiff ins Leben“ genauer vorgestellt. Durch die Definition der internen Kommunikation wird aufgezeigt was durch sie im Allgemeinen bewirkt werden soll und welche Instrumente meistens Verwendung finden. Dies lässt sich mit der Analyse des Kommunikationskonzepts vergleichen und kann gegebenenfalls dahingegen optimiert werden. Die Vorstellung von „Anpfiff ins Leben“ dient dazu, dass doch etwas komplexe Konzept zu erklären und einen Überblick über die vier Säulen Sport/Schule/Beruf/Soziales zu verschaffen.

Das dritte Kapitel befasst sich mit der Vorgehensweise und den einzelnen Arbeitsschritten, welche bei der Konzeptdarstellung Anwendung fanden. Zudem werden die Methoden erklärt, mit denen die für die Arbeit wichtigen Daten erhoben wurden. Am Ende dieses Kapitels wird der Aufbau der ausgewählten Forschungsinstrumente, deren Durchführung und ein Fazit beschrieben.

Im vierten Kapitel erfolgt das Kommunikationskonzept, gegliedert in Analyse, Strategie, Taktik und Kontrolle. Der Analyseteil beschäftigt sich unter anderem mit den Stärken/Schwächen und Chancen/Risiken der Kommunikation im Förderzentrum Walldorf und mit der Markt- und Wettbewerbsanalyse von „Anpfiff ins Leben“. Im Strategiebereich werden die Ziele verdeutlicht und der Soll- und Ist-Wert dargestellt. Die daraus entstandenen Maßnahmen befinden sich im Taktik Teil und zum Schluss werden Beispiele für die Kontrolle des Kommunikationskonzeptes genannt.

Das fünfte Kapitel bildet den inhaltlichen Abschluss dieser Arbeit. Es beinhaltet eine Zusammenfassung und einen Ausblick.

Zum Schluss ist noch darauf hinzuweisen, dass die männliche Form innerhalb dieser Arbeit die weibliche Form miteinschließt.

2 Allgemeine Definitionen

In diesem Kapitel folgt zuerst die Definition der internen Kommunikation. Dadurch wird aufgezeigt was durch sie im Unternehmen bewirkt werden soll und welche Instrumente meistens Verwendung finden. Danach erfolgt die Definition des gemeinnützigen Vereins „Anpfiß ins Leben“, um das komplexe Konzept und die vier Säulen Sport/Schule/Beruf/Soziales zu erläutern.

2.1 Interne Kommunikation

Im Folgenden werden sowohl der Begriff als auch die Aufgaben, Ziele und Instrumente der internen Kommunikation dargestellt und erläutert. Die Aufzählung der Instrumente kann mit den Kommunikationsmitteln von „Anpfiß ins Leben“ verglichen werden und notfalls dahingegen optimiert werden.

2.1.1 Begriff „Interne Kommunikation“

Unter dem Begriff interne Kommunikation werden alle informativen sowie kommunikativen Prozesse, die zwischen den Mitgliedern eines Unternehmens stattfinden, verstanden [vgl. Ziele interne Kommunikation]. Deshalb richten sich bei der internen Kommunikation die kommunikativen Bemühungen explizit auf die Mitarbeiter des Unternehmens, um bei ihnen gewisse Verhaltensweisen auszulösen und damit spezifische Ziele zu erreichen [vgl. Bruhn 2007, 3]. Außerdem sorgt die interne Kommunikation dafür, dass die Mitarbeiter über Neuigkeiten des laufenden Geschehens sowohl im Unternehmen als auch im Unternehmensumfeld informiert werden [vgl. Klein/Ringelstetter/Oelert 2001, 2]. Sie übernimmt somit eine Informationsfunktion, um damit einen Dialog zwischen den einzelnen Mitarbeitern und der Unternehmensleitung sicher zu stellen.

Innerhalb der internen Kommunikation kann zwischen folgenden vier Bereichen unterschieden werden: CEO-Kommunikation, Führungskommunikation, HR-Kommunikation und der internen Unternehmenskommunikation. Die CEO-Kommunikation wird vom obersten Führungsorgan des Unternehmens übernommen und gewährt den Informations- und Kommunikationsfluss gegenüber den Führungskräften, einzelnen Gruppen von Mitarbeitern oder der Gesamtbelegschaft [vgl. Interne Kommunikation].

Die organisatorisch festgelegten Führungsstrukturen sorgen für die Führungskommunikation. Diese geschieht kaskadenartig und zwar von oben nach unten [vgl. Interne Kommunikation]. Für die HR-Kommunikation ist die Personalabteilung zuständig. Sie beinhaltet sämtliche personalrelevanten Daten und Neuigkeiten wie zum Beispiel Ein- und Austritte von Mitarbeitern oder Änderungen bezüglich der generellen Anstellungsbedingungen [vgl. Interne Kommunikation]. Die interne Unternehmenskommunikation wird ausschließlich von der Kommunikationsabteilung eines Unternehmens übernommen. Mit Hilfe festgelegter, interner Medien stellt sie ebenfalls den bereichsübergreifenden Informations- und Kommunikationsfluss innerhalb des Unternehmens sicher [vgl. Interne Kommunikation].

Voraussetzung für eine gute interne Kommunikation muss ein einheitlicher und unternehmensspezifischer Sprachgebrauch sein, der zu einer verbesserten Verständigung innerhalb des Unternehmens beiträgt. Die in einer Information enthaltene Botschaft muss für die einzelnen Mitarbeiter verständlich sein. Deshalb soll der Sender auf eine empfängerorientiert verständliche und anschauliche Sprache achten [vgl. Zander/Femppel 2002, 5]. Dadurch wird nicht nur die Qualität der internen Kommunikation verbessert, sondern die Informationen werden verständlicher übermittelt.

2.1.2 Aufgaben „Interne Kommunikation“

Die interne Kommunikation hat verschiedene Aufgaben, um ihre Ziele zu erreichen. Darunter fällt zum einen der Punkt „Informieren“. Eine rechtzeitige und umfassende Information verringert nicht nur die Gefahr von Fehlentscheidungen, sondern sie hat darüber hinaus wesentliche psychologische Aspekte: sie stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl der Mitarbeiter, unterstützt deren Identifizierung mit ihrer Aufgabe, fördert die positive Einstellung zur Arbeit, verhindert Gerüchte, verbessert das Betriebsklima und erhöht die Zufriedenheit der Mitarbeiter [vgl. Zander/Femppel 2002, 2]. Durch das Informieren sollen die Angestellten einen Überblick über die Ziele und Strategien des Unternehmens, aktuelle Arbeitsergebnisse, Produkte und Entwicklungen bekommen [vgl. Interne Kommunikation in der Theorie]. Dadurch können sie ihre Handlungen schneller an die Veränderungen anpassen, produktiver arbeiten und externe Fragen beantworten. Zudem soll sichergestellt werden, dass jeder Mitarbeiter ein einheitliches Unternehmensbild hat und nach diesem handelt [vgl. Interne Kommunikation im Unternehmen].

Eine weitere Aufgabe ist das „Motivieren“. Eine gute interne Kommunikation kann Motivationspotenziale bei den Mitarbeitern freisetzen [vgl. Interne Kommunikation im Unternehmen]. Das kann unter anderem dadurch erreicht werden, indem den Mitarbeitern Wertschätzung vermittelt, die menschliche Seite des Unternehmens gezeigt und eine emotionale Bindung an das Unternehmen geschaffen wird [vgl. Interne Kommunikation in der Theorie]. Mit Hilfe dessen kann zum einen die Effizienz des Unternehmens gesteigert werden, zum anderen kann das persönliche Engagement, die Kreativität und Begeisterung der Mitarbeiter gefördert werden.

Der letzte Punkt ist die Aufgabe des „Führens“. Durch das Führen will die interne Kommunikation Orientierung und Identifikation schaffen, die Ansprüche des Unternehmens vermitteln und Loyalität gegenüber der Mitarbeiter erzeugen [vgl. Interne Kommunikation in der Theorie]. Dabei ist es sehr wichtig, dass die Kommunikation der Unternehmensführung glaubwürdig und persönlich ist.

2.1.3 Ziele „Interne Kommunikation“

Mit den verschiedenen Aufgaben der internen Kommunikation wird versucht spezielle Ziele im Unternehmen zu erreichen. Die nachfolgende Grafik soll einen Überblick der wichtigsten Ziele der internen Kommunikation geben.



Abbildung 1: Ziele der internen Kommunikation
(Quelle: eigene Darstellung)

2.1.4 Instrumente „Interne Kommunikation“

Um die interne Kommunikation zu verbessern, strategisch auszurichten und zu organisieren gibt es zahlreiche Instrumente, die eingesetzt werden können. Da gibt es zum einen die mündliche Kommunikation bestehend aus dem Gespräch, der Konferenz und Versammlung, Printmedien durch Rundbriefe, Schnell-Info, Spezialdienste und Mitarbeiterzeitschrift, Plakate und Wandzeitungen, zum anderen akustische und audiovisuelle Medien, elektronische Medien und nonverbale Signale [vgl. Klöfer 1999,24].

Im Folgenden werden nun die gängigsten Instrumente erklärt.

Mündliche Kommunikation durch Mitarbeitergespräche

Die persönlichen Mitarbeitergespräche sind für eine gute interne Kommunikation unumgänglich und sind deshalb das wichtigste Instrument der Mitarbeiterführung [vgl. Mentzel/Grotzfeld/Dürr 2003, 10]. Aus diesem Grund sollte sich der Vorgesetzte mit jedem Mitarbeiter ein- bis zweimal im Jahr zusammen setzen. Dabei übernehmen die Mitarbeitergespräche zwei Hauptfunktionen: zum einen dem Mitarbeiter Informationen zu übermitteln, die er für seine Aufgabenerfüllung benötigt, zum anderen zwischenmenschliche Kontakte mit dem Mitarbeiter zu pflegen und dessen Erwartungen zu berücksichtigen [vgl. Saul 1995, 20]. Außerdem dienen diese Gespräche zur Verbesserung des Verhältnisses zwischen dem Vorgesetzten und dem Mitarbeiter, fördern die Offenheit und das gegenseitige Verständnis, erleichtern die Zusammenarbeit und bieten Gelegenheit zur Aussprache und zur Beziehungsstabilisierung [vgl. Haucke/Krenovsky 2003, 88]. Zudem haben sie spezielle Auswirkungen auf die Mitarbeiter: sie wirken sich positiv auf die Motivation der Mitarbeiter aus, fördern deren Initiative und das Mitdenken, stärken das Selbstvertrauen und das Verantwortungsbewusstsein und steigern die Leistungsbereitschaft und Arbeitsleistung [vgl. Saul 1995, 28/29]. Neben den Mitarbeitergesprächen sollen außerdem Gruppengespräche und Konferenzen stattfinden, an denen alle Mitarbeiter oder Mitarbeiter einer Abteilung teilnehmen. Diese Treffen bieten sich an, um über die aktuelle Entwicklung des Unternehmens und über Probleme zu sprechen [vgl. Interne Kommunikation im Unternehmen].

Das Seminar

Seminare dienen in erster Linie zur Wissensvermittlung und bilden einen wesentlichen Teil der Mitarbeiter-Information. Kennzeichnend für ein Seminar ist, dass bestimmte Themen wie beispielsweise Personalbeurteilung, Marketingstrategien oder Produktionskosten-Controlling von einem Experten an eine gezielt ausgewählte Mitarbeitergruppe vermittelt werden soll [vgl. Zander/Femppel 2002, 55]. Durch das Durchführen von Seminaren wird zudem das persönliche Kennenlernen der Teilnehmer, die meistens aus verschiedenen Bereichen kommen, gefördert [vgl. Zander/Femppel 2002, 55].

Mitarbeiterzeitung

Die aus einer langen Tradition gewachsene Mitarbeiterzeitschrift ist ein hervorragendes Medium zum Anstoß und zur Förderung von Mitarbeiterkommunikation [vgl. Klöfer 1999, 27]. Schon vor Jahrzehnten hat sie eine Vorreiterrolle in Sachen interne Kommunikation übernommen. Mit Hilfe der Mitarbeiterzeitung haben die Unternehmen angefangen ihre Belegschaft regelmäßig und systematisch in das Unternehmensgeschehen einzubeziehen [vgl. Klöfer 1999, 27]. Auch heute ist die Mitarbeiterzeitung eines der wichtigsten betrieblichen Informationsmittel [vgl. Zander/Halberstadt 1995, 92]. Sie dient dazu über Neuigkeiten und Produktentwicklungen zu informieren und ein Teamgefühl zu vermitteln [vgl. Vorteile einer Mitarbeiterzeitung]. Außerdem steigt durch sie die Identifikation mit dem Unternehmen, es werden alle Mitarbeiter angesprochen, die Corporate Identity wird gebildet und gestützt und Themen und Menschen werden umfassend dargestellt [vgl. Mitarbeiterzeitung].

Mitarbeiterkommunikation per E-Mail

E-Mails können eine gute Möglichkeit sein, die Mitarbeiter schnell zu informieren. Allerdings sollte hierbei beachtet werden, dass die E-Mails womöglich nicht gelesen werden und in den Papierkorb gelangen [vgl. Interne Kommunikation im Unternehmen]. Deshalb sollte das Versenden von E-Mails vorwiegend als ein unterstützendes Instrument der internen Kommunikation dienen.

Das Schwarze Brett

Das schwarze Brett wird als „der Klassiker“ unter den betrieblichen Informationsmedien bezeichnet [vgl. Klöfer 1999, 31]. Es eignet sich dazu an zentralen Stellen mit hohem Publikumsverkehr, wie zum Beispiel die Kantine oder den Zugang zu einem Werksteil anzubringen [vgl. Klöfer 1999, 31]. Dadurch erhalten alle Mitarbeiter flächendeckend kurzfristig aktuelle Informationen [vgl. Zander/Femppel 2002, 58]. Am schwarzen Brett können sich unter anderem Hinweise auf wichtige Ereignisse, auf Veranstaltungen oder auf den internen Stellenmarkt befinden [vgl. Klöfer 1999, 31]. Allerdings sollte darauf geachtet werden, dass das Schwarze Brett immer aktuell ist und die sich darauf befindenden Mitteilungen müssen sprachlich auf den jeweiligen Leserkreis angepasst werden [vgl. Zander/Femppel 2002, 58].

Mitarbeiterkommunikation über das Intranet

Das Intranet bildet geschlossene Teilnetze, die nur für eine bestimmte Benutzergruppe zugänglich ist und bietet daher eine zentrale Plattform für die Mitarbeiterkommunikation im Unternehmen [vgl. Strohmeier 2004, 62]. Mit Hilfe des Intranets können schnell und gezielt Informationen von und für Mitarbeiter übermittelt werden. Allerdings ist zu beachten, dass das Intranet regelmäßig gepflegt werden muss und es muss Voraussetzung sein, dass sich alle Mitarbeiter mit der Bedienung des Intranets auskennen [vgl. Interne Kommunikation im Unternehmen].

Zusätzlich lassen sich noch folgende Instrumente der internen Kommunikation nennen: Firmenevents, Mitarbeiterbefragung, Betriebsversammlungen oder auch Beschwerdemanagement.

2.2 „Anpfiff ins Leben“

In diesem Unterkapitel geht es um das Konzept von „Anpfiff ins Leben“. Dabei werden zum einen die vier Säulen und zum anderen die einzelnen Förderzentren kurz erläutert.

2.2.1 Vorstellung „Anpfiff ins Leben“

Der gemeinnützige Verein „Anpfiff ins Leben e.V.“ wurde im Jahr 2001 von Dietmar Hopp ins Leben gerufen und hat sich zur Aufgabe gemacht die Jugend im Rhein – Neckar – Kreis zu fördern. Dadurch konnte ein Grund-

stein für ein heute bundesweit anerkanntes Vorreiterprojekt in Sachen Jugendförderung gelegt werden [vgl. „Anpfiff ins Leben“: Infobroschüre]. „Anpfiff ins Leben“ unterstützt Kinder und Jugendliche im Alter von sechs bis 19 Jahren in den vier Säulen Sport, Schule, Beruf und Soziales. Diese bilden die Grundlage für die Arbeit des Vereins und werden durch ein Kompetenzteam unterstützt. Dieses Kompetenzteam besteht aus einem Vorsitzenden, den Verantwortlichen für die Inhalte und Gestaltung der vier Säulen Sport/Schule/Beruf/Soziales, wobei es für jeden Bereich einen ersten Ansprechpartner gibt, je einer leitenden Mitarbeiterin für Öffentlichkeitsarbeit und Verwaltung so wie einer Leiterin für den Marketingbereich. Die Aufgaben des Kompetenzteams sind es auf die Einhaltung der Werte des Konzeptes von „Anpfiff ins Leben“ zu achten und ihr Wissen an die Förderzentren und Kooperationspartner weiterzugeben [vgl. „Anpfiff ins Leben“: Infobroschüre]

Unter dem Dach von „Anpfiff ins Leben“ kommen vier Sportarten zusammen: Fußball, Eishockey (Kooperation mit den Jungadlern Mannheim), Handball (Kooperation mit der SG Kronau/Östringen) und Golf (Kooperation mit GC St. Leon-Rot) [vgl. Magazin zum Metropolregion Fußball Cup 2012, 40]. An folgenden acht Standorten wird das ganzheitliche Konzept von „Anpfiff ins Leben“ umgesetzt: Zuzenhausen, Walldorf, Ludwigshafen, Abstatt, Kronau, Mannheim, St Leon-Rot und Heidelberg. Durch ein großes Netzwerk an Kooperationen mit Schulen, Universitäten, Hochschulen, Verbänden, Vereinen, sozialen Einrichtungen und Wirtschaftsunternehmen werden bisher 3.500 Kinder und Jugendliche fit für das Leben auf und außerhalb des Spielfeldes gemacht [vgl. „Anpfiff ins Leben“: Infobroschüre].



Abbildung 2: Logo "Anpfiff ins Leben"
(Quelle: <http://www.anpfiff-ins-leben.de/DesktopModules/Repository/MakeThumbnail,,> Stand: 5.Mai 2012, 10:50 Uhr)

Dabei ist das Erlernen eines respektvollen, freundlichen und unvoreingenommenen Miteinanders genauso wichtig wie das Team- und Fairplay- Verhalten [vgl. „Anpfiff ins Leben“: Infobroschüre]. Außerdem haben die Sportler die Möglichkeit ein vielfältiges Angebot zu nutzen: Sie bekommen zum einen Unterstützung bei der Hausaufgabenbetreuung oder beruflichen Vorbereitungskursen, zum anderen können sie an sozialen Projekten mit Senioren oder behinderten Menschen teilnehmen.



Abbildung 3: "Anpfiff ins Leben" Leitbild
(Quelle: http://www.anpfiff-ins-leben.de/Leitbild/ganzheitliche_Nachwuchsfoerderung.aspx,
Stand: 5.Mai 2012 10:55 Uhr)

2.2.2 Die vier Säulen

Sport

Der sportliche Bereich bei „Anpfiff ins Leben“ setzt sich aus den vier Sportarten Fußball, Eishockey, Handball und Golf zusammen.

Dabei stellt Fußball den größten unterstützten Bereich dar. Die 2.200 jungen Fußballer werden in Kooperationen mit den Vereinen TSG 1899 Hoffenheim, FC Zuzenhausen, FC-Astoria Walldorf, SC Abstatt, Ludwigshafener SC, VfB St. Leon, SV Waldhof Mannheim und SG Kirchheim ausgebildet [vgl. „Anpfiff ins Leben“: Infobroschüre]. Auch die Trainer genießen ein großes Angebot des „Anpfiff ins Leben“ Konzepts. Es finden pro Saison ungefähr 60 Fortbildungen statt, an denen alle 266 Trainer teilnehmen können. Dabei erhalten sie unter anderem Informationen zu den Themen: „Trainer im Dialog“, „Ernährungsberatung“, „kindgerechtes Training“, „Athletiktraining“ oder „Taktiktraining“ [vgl. Trainerfortbildungen].

Unter dem Motto „Rundum fit aufs Eis“ steht der Bereich Eishockey. Dabei kooperiert „Anpfiff ins Leben“ mit den Jungadlern Mannheim. Zurzeit werden rund 400 Mädchen und Jungen im Alter von vier bis neun Jahren nach der Philosophie von „Anpfiff ins Leben“ ganzheitlich gefördert [vgl. „Anpfiff ins Leben“ 2011: Jubiläumsbroschüre]. Neben dem Sport werden zudem gemeinschaftliche Projekte, wie zum Beispiel eine Kletter AG mit der Blindenschule Ilvesheim, zum Erlernen von sozialen Kompetenzen wie Fairplay und Teamgeist, durchgeführt.

Im Bereich Handball steht „Anpfiff ins Leben“ mit der SG Kronau/Östringen in einer Kooperation. Die rund 400 Kinder und Jugendliche haben die Möglichkeit an der Hausaufgabenbetreuung oder am Nachhilfeunterricht teilzunehmen. Zudem wird durch Kooperationspartner sichergestellt, dass den Sportler alle Voraussetzungen für ein anderes Berufsleben neben ihrer Handballkarriere geboten werden [vgl. „Anpfiff ins Leben“ 2011: Jubiläumsbroschüre].

Die Kinder und Jugendlichen sollen im Bereich Golf Werte wie Sportlichkeit, Regeln, Fairness, Wettkampf und Ehre erlernen. Dafür hat der Kooperationspartner Golf Club St. Leon ein „5-Säulen-Kompetenz-Konzept“ für „Anpfiff ins Leben“ entwickelt. Dabei werden 500 Mädchen und Jungen im Alter von drei bis 18 Jahren in Sachen „Golfkompetenz“, „Fitnesskompetenz“, „Mentale Kompetenz“, „Soziale Kompetenz“ und „Schul- und Berufsbildungskompetenz“ gefördert [vgl. „Anpfiff ins Leben“ 2011: Jubiläumsbrochure].

Schule

Da nicht jedes junge Talent Profi in der jeweiligen Sportart wird, ist es dem Verein „Anpfiff ins Leben“ wichtig die Kinder und Jugendlichen nicht nur sportlich zu fördern, sondern sie auch schulisch fit fürs Leben zu machen. Dies gelingt vor allem durch ausgebildete Pädagogen und Fachpersonal, die den Sportlern täglich mit Rat und Tat zur Seite stehen [vgl. „Anpfiff ins Leben“ 2011: Jubiläumsbrochure]. Unterstützt wird der schulische Bereich zudem von Mitarbeitern aus Groß- und mittelständischen Unternehmen, die beispielsweise Tipps zu Bewerbungsfragen geben [vgl. „Anpfiff ins Leben“: Infobroschüre]. Der Anspruch des schulischen Bereiches ist zum einen die Verbesserung der ganzheitlichen Bildung, zum anderen die individuelle Förderung der Sportler.

Beruf

Die Ansprüche der dritten Säule Beruf liegen darin, die Sportler umfassend auf ihr Berufsleben vorzubereiten und sie bei der beruflichen Entscheidungsfindung und im Bewerbungsprozess zu unterstützen. Daher finden in allen Jugendförderzentren regelmäßig Informationsveranstaltungen und Berufsberatungen mit Kooperationspartnern statt, die den Jugendlichen bei der Bildungs- und Berufswahl weiterhelfen sollen [vgl. „Anpfiff ins Leben“: Infobroschüre]. Die große Anzahl an Kooperationspartnern ermöglicht es für die Jungen und Mädchen verschiedene Praktika zu organisieren oder Schnuppertage und Betriebsbesichtigungen zu ermöglichen [vgl. „Anpfiff ins Leben“: Infobroschüre].

Soziales

Bei „Anpiff ins Leben“ steht der Mensch als Ganzes im Vordergrund. Deshalb sind Toleranz, Respekt und Vertrauen in die eigene Stärke und in die der Mitmenschen ein wichtiger Teil des „Anpiff ins Leben“- Konzepts. Aus diesem Grund wird die Förderung des sozialen Bewusstseins, die Entwicklung der sozialen Kompetenz und das Engagement der Jugendlichen in allen Förderzentren gefördert [vgl. „Anpiff ins Leben“: Infobroschüre]. Dafür bekommt „Anpiff ins Leben“ Unterstützung von zahlreichen Kooperationspartnern wie zum Beispiel Institutionen, Organisationen oder sozialen Einrichtungen, die den Sportlern Inhalte mit kirchlichem, karitativem, künstlerischem und ökologischem Hintergrund vermitteln [vgl. „Anpiff ins Leben“: Infobroschüre]. „Anpiff ins Leben“ ist es wichtig durch die sozialen Projekte das Interesse der Mädchen und Jungen am Unbekannten, an Menschen von unterschiedlicher Herkunft und in unterschiedlichen Lebenslagen zu wecken [vgl. „Anpiff ins Leben“: Infobroschüre].

2.2.3 Die Förderzentren

Das Dietmar-Hopp-Jugendförderkonzept besteht aus acht Jugendförderzentren. Im Folgenden werden diese Zentren chronologisch nach ihrer Entstehung kurz vorgestellt.

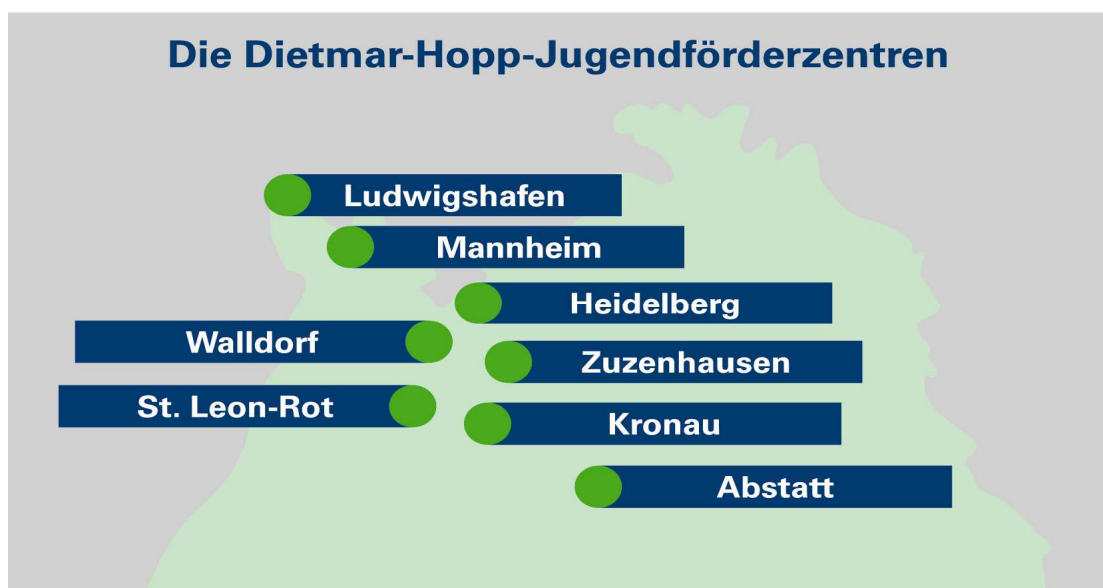


Abbildung 4: „Anpiff ins Leben“ Förderzentren
(Quelle: <http://www.anpiff-ins-leben.de/Foerderzentren.aspx>, Stand 5.Mai 2012, 10:57 Uhr)

Zuzenhausen

Das Förderzentrum Zuzenhausen ist als erstes Dietmar-Hopp -Jugendförderzentrum am 07.12.2001 entstanden [vgl. Power Point Präsentation, 3]. Es steht in einer Kooperation mit 1899 Hoffenheim und der damit verbundenen „achtzehn99 AKADEMIE“. Diese Akademie besteht aus den drei Zentren: Kinderzentrum U 5 bis U11, Förderzentrum U12 bis U15 und dem Nachwuchsleistungszentrum U16 bis U19 [vgl. Achtzehn99 Akademie].

Walldorf

Das zweite Dietmar-Hopp-Jugendförderzentrum wurde am 28.03.2003 in Walldorf eröffnet [vgl. Power Point Präsentation, 3]. Es liegt in mitten des sportlichen und schulischen Zentrums von Walldorf und steht sowohl in Kooperation mit dem FC-Astoria Walldorf als auch mit dem VfR Walldorf. Das Förderzentrum bietet auf über 670 qm beste Voraussetzungen für die ganzheitliche Förderung, welche von insgesamt 360 Jugendspielern, davon 70 Spielerinnen, genutzt wird [vgl. Förderzentrum Walldorf].

Abstatt

Am 3.05.2008 öffnete das dritte Jugendförderzentrum in Abstatt seine Türen [vgl. Power Point Präsentation, 3]. Es steht in Kooperation mit dem SC Abstatt und bietet nahezu 200 Kindern und Jugendlichen Platz zur freien Entfaltung [vgl. Förderzentrum Abstatt].

Kronau

Das bisher einzige Dietmar-Hopp-Jugendförderzentrum für Handball entstand am 19.07.2008 in Kronau und steht in einer Kooperation mit der SG Kronau/Östringen [vgl. Power Point Präsentation, 3]. Es trägt durch die hochmodernen Trainingshallen zu optimalen Trainingsbedingungen bei und ermöglicht somit allen Jugendmannschaften in den jeweils höchsten deutschen Spielklassen zu spielen. Die 370 Kinder und Jugendlichen werden ganzheitlich nach der „Anpfiff ins Leben“ – Philosophie gefördert [vgl. „Anpfiff ins Leben“ 2011: Jubiläumsbroschüre]. Hier wird vor allem viel Wert auf das spätere Berufsleben gelegt. So wird durch zwölf Kooperationspartner sichergestellt, dass die jungen Sportler neben einer möglichen Handball – Profikarriere auch die besten Voraussetzungen für ein anderes Berufsleben haben [vgl. „Anpfiff ins Leben“ 2011: Jubiläumsbroschüre].

Ludwigshafen

Im Ludwigshafener Stadtteil Gartenstadt öffnete am 09.08.2008 das vierte Dietmar-Hopp-Jugendförderzentrum [vgl. Power Point Präsentation, 4]. Es hat eine Kooperation mit dem Ludwigshafener SC und die Förderung unterscheidet sich ein wenig von den anderen Förderzentren. Hier werden 360 Kinder und Jugendlichen aus europäischer, eurasischer, asiatischer und afrikanischer Herkunft gefördert [vgl. Förderzentrum Ludwigshafen]. Somit ist es ein echtes Multikulti Projekt. Außerdem setzt die Förderung in den Bereichen Sport, Soziales und Schule bereits schon im Grundschulalter oder teilweise noch früher ein.

Mannheim

Das Jugendförderzentrum Mannheim befindet sich auf der traditionsreichen Sepp-Herberger-Sportanlage und wurde am 11.06.2009 eröffnet [vgl. Power Point Präsentation, 4]. Die "Anpfiff ins Leben"- Kooperation mit dem SV Waldhof fand nicht nur auf Seiten des Waldhofs große Zustimmung, sondern auch innerhalb der Bevölkerung, da die Jugendförderung auf dem Waldhof schon immer eine große Tradition hat [vgl. Förderzentrum Mannheim].

St. Leon – Rot

Das erste „Anpfiff ins Leben“ - Jugendförderzentrum speziell für Mädchen und junge Frauen entstand am 04.10.2009 in St. Leon – Rot [vgl. Power Point Präsentation, 4]. Dort werden 140 Mädchen und 40 Frauen vom Kooperationsverein 1899 Hoffenheim gefördert. Neben der sportlichen Förderung wird außerdem sehr viel Wert auf den schulischen und beruflichen Bereich gelegt, denn für die Frauen und Mädchen ist es wichtig, sich auch auf eine zweite Karriere zu konzentrieren [vgl. Förderzentrum St. Leon Rot]. Das Frauenförderzentrum dient als Vorreiter, um Mädchenfußball an allen „Anpfiff“-Standorten anzubieten und die Spielerinnen ganzheitlich zu fördern.

Heidelberg

Das bisher letzte Jugendförderzentrum ist am 23.07.2010 in Heidelberg entstanden und kooperiert mit der SG Kirchheim [vgl. Power Point Präsentation, 4]. Den Sportlern steht ein großes Angebot wie zum Beispiel Hausaufgabenbetreuung, Hilfe bei Bewerbung und Berufswahl oder Vermittlung von Praktika zur Verfügung [vgl. Förderzentrum Heidelberg].

3 Forschungsdesign

Das Forschungsdesign dient für diese Arbeit zur Informationsbeschaffung bezüglich der untergeordneten Fragestellungen [vgl. Einleitung], um dadurch den momentanen Ist- Wert darzustellen und anhand dessen geeignete Lösungsansätze formulieren zu können.

Es ist ein wichtiger Bestandteil der empirischen Forschung und entscheidend für die Aussagekraft der Untersuchungsergebnisse. Im weitesten Sinne wird darunter die Gesamtheit aller Entscheidungen über die Vorgehensweise bei einer empirischen Untersuchung verstanden [vgl. Ludwig-Mayerhofer, 2]. Zudem beschreibt das Forschungsdesign auf welche Weise wissenschaftliche Erkenntnisse gewonnen werden.

Im Folgenden wird die Auswahl und die Beschreibung der Forschungsmethoden erklärt. Anschließend wird die methodische Vorgehensweise erläutert und ein Fazit über das Forschungsdesign gezogen.

3.1 Auswahl der Forschungsmethode

Forschungsmethoden bezeichnen den planmäßigen und systematischen Versuch soziale Daten zu erheben. Dafür gibt es zwei Methodenansätze: Zum einen den quantitativen und zum anderen den qualitativen Ansatz [vgl. Quantitative und qualitative Methoden]. Um sich für die richtigen Erhebungsinstrumente zu entscheiden, verschaffte sich die Autorin zunächst einen Überblick über diese zwei Ansätze und wägte dann ab. Deshalb werden nun die Vor- und Nachteile sowie die meist verwendeten Instrumente dieser zwei Ansätze kurz erläutert.

Die quantitativen Forschungsmethoden zeichnen sich durch einen hohen Standardisierungsgrad aus, um eine Vielzahl statistisch auswertbare Daten zu erhalten [vgl. Bernecker/Weihe 2009, 43]. Im Gegensatz dazu verzichten die qualitativen Methoden auf eine standardisierte Datenerhebung. Deshalb zeichnet den qualitativen Ansatz eine wesentlich größere Offenheit und Flexibilität in der Gesprächsführung aus [vgl. Bernecker/Weihe 2009, 42]. Dadurch können neue, bisher unbekannte Sachverhalte, entdeckt werden. Außerdem besteht durch die persönliche Interaktion die Möglichkeit Hintergründe zu erfragen und Unklarheiten zu beseitigen [vgl. Quantitative versus Qualitative Methoden]. Dies ermöglicht einen tieferen Informationsgehalt. Allerdings sind die qualitativen Methoden sehr zeitaufwendig und die Auswertung der Ergebnisse nimmt im Vergleich zu den quantitativen Methoden ebenfalls viel Zeit in Anspruch.

Durch das Anwenden der quantitativen Forschungsmethoden besteht die Möglichkeit größere Stichproben zu untersuchen und dadurch repräsentative Ergebnisse zu erhalten. Zudem wird eine größere Objektivität und Vergleichbarkeit der Ergebnisse geboten [vgl. Quantitative versus Qualitative Methoden]. Zu beachten ist allerdings, dass keine Flexibilität durch die Standardisierung besteht, da die Fragen vorher schon festgelegt sind. Dadurch wird kein individuelles Eingehen auf die Testperson möglich.

Zu den Instrumenten der quantitativen Methode zählen unter anderem die Befragung und das quantitative Interview. Dabei stellt die wichtigste Form der Datenerhebung die Befragung dar. Sie wird am häufigsten eingesetzt, um Meinungen, Motive, Einstellungen und Wünsche der Zielgruppen zu ermitteln [vgl. Bernecker/Weihe 2009, 41]. Für den qualitativen Ansatz werden Gruppendiskussionen oder das qualitative Interview genutzt.

Im Hinblick auf die Forschungsfragen hat sich die Autorin für einen Online Fragebogen und Leitfadeninterviews entschieden, wobei primär die Online Befragung genutzt wurde. Da die Autorin mit einer geringen Rücklaufquote rechnen musste, entschied sie sich dafür, parallel Leitfadeninterviews mit ausgewählten Personen zu führen. Diese sollten eine unterstützende Rolle übernehmen. Als Vorlage für die Interviews mit den Trainern diente der Online Fragebogen. Dieser wurde zum einen mit Fragen, die während des Gesprächs aufkamen, ergänzt und zum anderem mit spezifischen Fragen, die an die Interviewpartner angepasst wurden. Durch die Ergänzung einer quantitativen Methode durch einen qualitativen Ansatz erhoffte sich die Autorin die Ergebnisse zu vertiefen und detaillierte Informationen zu bekommen.

3.2 Beschreibung der Forschungsmethoden

Bei der Beschreibung der Forschungsmethoden möchte die Autorin kurz erläutern warum sie sich für die ausgewählten Instrumente entschieden hat und beschreiben was mit Hilfe dieser erreicht werden soll.

3.2.1 Der Online Fragebogen

Ein Fragebogen eignet sich sehr gut dazu eine große Menge an Befragten zu erreichen und eine hohe Vergleichbarkeit der Antworten zu erlangen [vgl. Mayer 2002, 99]. Die Autorin entschloss sich deshalb dazu eine Online Befragung durchzuführen, denn diese kann breit gestreut werden und die Ergebnisse können besser miteinander verglichen werden. Zudem ist der Online Fragebogen sehr kostengünstig, da kein personeller oder materieller Aufwand bei der Durchführung notwendig ist [vgl. Bernecker/Weihe 2009, 50]. Außerdem kann der Fragebogen leicht am PC ausgefüllt werden. Die Daten werden dadurch automatisch erfasst und sind somit sofort verfügbar und können schnell und unkompliziert bearbeitet werden [vgl. Bernecker/Weihe 2009, 50]. Allerdings muss bei einer Online Befragung mit einem geringen Rücklauf gerechnet werden, es können Missverständnisse bei den Fragestellungen aufkommen und das Nachfragen, um eine Antwort zu vertiefen, ist nicht möglich [vgl. Bernecker/Weihe 2009, 51]. Aus diesem Grund hat sich die Autorin entschieden parallel zu dem Online Fragebogen Leitfadeninterviews zu führen, um ausführlichere Antworten zu bekommen und die daraus zusätzlich gewonnen Informationen für die Auswertung nutzen zu können.

3.2.2 Das Leitfadeninterview

Das Leitfadeninterview sollte eine unterstützende Rolle bei der Beschaffung der Informationen übernehmen und die Antworten der Online Fragebögen ergänzen. Leitfadeninterviews sind die gängigste Methode der qualitativen Befragung. Diese Methode erlaubt eine Vorgehensweise anhand eines Interviewleitfadens. Dabei werden Fragen vorab mehr oder weniger exakt festgelegt und der Leitfaden dient somit als Orientierung bzw. Gerüst und soll sicherstellen, dass wesentliche Aspekte der Forschungsfrage nicht übersehen werden. [vgl. Mayer 2002, 36].

Diese Struktur des Leitfadens lässt viel Raum für das freie Erzählen und dadurch kann sich ein natürlicher Gesprächsverlauf entwickeln [vgl. Leitfadeninterviews]. Zudem kann der Interviewer bei Unklarheiten nachhaken und Missverständnisse beseitigen. Allerdings lassen sich bei Leitfadeninterviews die Ergebnisse schlechter miteinander vergleichen und sie sind sehr zeitaufwendig.

3.3 Methodische Vorgehensweisen

Im Folgenden wird als erstes erwähnt für welche Interviewpartner sich die Autorin letztendlich entschieden hat. Danach folgt zum einen der Aufbau und Inhalt und zum anderen die Durchführung der Forschungsinstrumente. Im Anschluss wird die Vorgehensweise der Auswertung erläutert und am Ende wird ein Fazit über das gesamte Forschungsdesign gezogen.

3.3.1 Auswahl der Interviewpartner

Für die Durchführung der Online Befragung erhielt die Autorin eine Liste mit allen Trainern vom FC-Astoria Walldorf. Diese wurde mit Hilfe des neuen Jugendkoordinators aktualisiert. Am Ende wurde der Online Fragebogen an insgesamt 25 Trainer, angefangen mit der kleinsten Altersklasse, G-2, bis zur höchsten, U 19, per E-Mail verschickt.

Die Auswahl der Interviewpartner für die Leitfadeninterviews fand durch die persönliche Entscheidung der Autorin statt. Sie machte sich im Vorfeld Gedanken darüber, welche Personen ihr bei der Analyse der momentanen Kommunikation helfen könnten. Außerdem sollten die Gesprächspartner die Bereiche Sport/Schule/Beruf/Soziales abdecken.

Aus diesem Grund wurde ein Interview mit der Vereinsführung Sport, Herrn Born und der Schule/Beruf/Soziales Mitarbeiterin, Frau Ivanova, durchgeführt. Der neue Jugendkoordinator, Herr Keller, diente dazu, herauszubekommen wie einem neuen Mitarbeiter im sportlichen Bereich erklärt wird, dass der Fußballverein und „Anpfiff ins Leben“ zusammengehören und was von ihm im Allgemeinen erwartet wird.

Da die Leitfadeninterviews zusätzlich die Antworten der Online Fragebögen ergänzen sollten, wurden einige Trainer ausgesucht, um mit ihnen den Fragebogen in einem persönlichen Gespräch durchzuführen. Dabei achtete die Autorin darauf mehrere Trainer aus einer Altersgruppe zu interviewen.

3.3.2 Aufbau und Inhalt der Forschungsinstrumente

Der Online Fragebogen enthielt insgesamt 22 Fragen und war in drei Themenkomplexe unterteilt. Im ersten Teil ging es um den persönlichen Werdegang der Trainer. Dieser diente dazu, die Antworten beim Auswerten der Fragebögen besser nach Geschlecht, Alter, welche Altersklasse trainiert wird oder in welchem Arbeitsverhältnis die Tätigkeit als Trainer ausgeübt wird, differenzieren zu können. Der zweite Teil widmete sich der allgemeinen Kommunikation zwischen den Trainern und „Anpfiff ins Leben“/FC-Astoria Walldorf. Er zielte darauf ab, die Zufriedenheit über die momentane Kommunikation, den Informationsfluss und wie kommuniziert wird, dass „Anpfiff ins Leben“ und der FC eine Einheit sind, herauszufinden. Die Fragen im dritten Teil sollten klären, ob die Trainer das Konzept von „Anpfiff ins Leben“ verstanden haben, ob sie sich integriert fühlen und ob sie die Sportler dazu ermutigen die Angebote von „Anpfiff ins Leben“ zu nutzen.

Am Ende wurde der Fragebogen so konzipiert, dass er direkt am Computer ausgefüllt werden konnte. Der ausführliche Fragebogen befindet sich im Anhang A der Bachelorarbeit.

Das Leitfadeninterview mit der Vereinsführung Sport enthielt sechs Fragen, die den allgemeinen Informationsfluss, mit welchen Medien kommuniziert wird und wie den aktuellen und neuen Trainern verständlich gemacht wird „Anpfiff ins Leben“ und den Sportverein nicht zu differenzieren, erschließen sollte.

Aus 12 Fragen bestand der Interviewleitfaden für die Schule/Beruf/Soziales Mitarbeiterin. Inhaltlich ging es zum einen um die momentane Kommunikation zwischen Frau Ivanova, dem Jugendkoordinator und den Trainern und zum anderen in wie weit sie selbst deutlich macht, dass „Anpfiff ins Leben“ und FC-Astoria Walldorf als eine Einheit zu sehen ist.

Für das Leitfadeninterview mit dem neuen Jugendkoordinator diente der Online Fragebogen als Vorlage. Da Herr Keller zur Zeit des Interviews noch in das Konzept von „Anpfiff ins Leben“ eingearbeitet wurde und somit nicht auf alle Fragen antworten konnte, wurden einige Fragen gestrichen und durch spezifische Fragen ergänzt. Am Ende bestand der Leitfaden aus 15 Fragen.

3.3.3 Durchführung der Forschungsinstrumente

Bevor die Autorin die Online Fragebögen verschickte, verfasste sie einen einheitlichen Text an die Teilnehmer der Online Befragung. Darin stellte sie sich kurz vor, erläuterte das Ziel ihrer Bachelorarbeit und wies daraufhin, dass der Fragebogen die Basis ihrer Arbeit sein wird. Zudem machte die Autorin deutlich, dass alle Angaben vertraulich behandelt werden und setzte eine Frist zur Rücksendung der ausgefüllten Fragebögen. Danach wurde der Text zusammen mit dem Fragebogen an die ausgewählten Trainer versendet.

Die Leitfadeninterviews fanden alle nach Terminabsprache im Förderzentrum Walldorf statt. Um die Anonymität zu gewähren, wurden die Gesprächspartner entweder in deren Büro oder in einem separaten Raum interviewt. Zu Beginn der Interviews fand jeweils eine kleine Einleitung statt, bei der die Autorin sich und das Ziel ihrer Bachelorarbeit kurz vorstellte. Während der Interviews richtete sie sich weitestgehend nach dem Leitfaden, wobei die Struktur des Leitfadens viel Raum zum freien Erzählen ließ. Aus diesem Grund kam es öfters vor, dass sich aus den Antworten neue Fragen bildeten oder Fragen, die erst später gestellt werden sollten, früher beantwortet wurden. Dies hatte allerdings keinerlei Auswirkung auf den Verlauf der Interviews, da die Autorin schon im Vorhinein damit rechnete, dass sich spontane Änderungen ergeben würden. Die Interviews dauerten im Schnitt 10 bis 15 Minuten und wurden alle per Hand mitgeschrieben und nicht aufgezeichnet.

3.3.4 Vorgehensweise der Auswertung

Die Antworten der Fragebögen und der Leitfadeninterviews der Trainer wurden gleich nach dem Erhalten bzw. nach den Gesprächen in eine Tabelle eingefügt. Dies war vor allem dadurch möglich, da die Daten der Online Fragebögen sofort verfügbar waren und schnell bearbeitet werden konnten [vgl. Kapitel 3.2.1].

Die Tabelle war in die verschiedenen Fragestellungen des Fragebogens aufgeteilt. Dadurch konnten die Aussagen aller Befragungen besser miteinander verglichen werden, die Übereinstimmungen wurden zusammengefügt und die Differenzen konnten besser hervorgehoben werden.

Die Zusatzinformationen durch die Leitfadeninterviews wurden separat notiert und bei der Auswertung berücksichtigt. Danach wurde jede Frage, die dazu gegebenen Antworten und die daraus entstandenen Erkenntnisse im Einzelnen aufgelistet. Dadurch wird ein guter Überblick über alle gestellten Fragen und den gewonnen Daten gegeben.

Die Ergebnisse des Forschungsdesigns werden in der Ist- Wert Analyse im Kapitel 4.2.2 des Kommunikationskonzepts verdeutlicht und erläutert.

3.3.5 Fazit zum Forschungsdesign

Das Konzept des Forschungsdesigns hat sich nicht zur vollen Zufriedenheit der Autorin bewährt. Insgesamt erhielt sie durch die Online Befragung und die Leitfadeninterviews der Trainer nur 14 von 25 ausgefüllte Fragebögen.

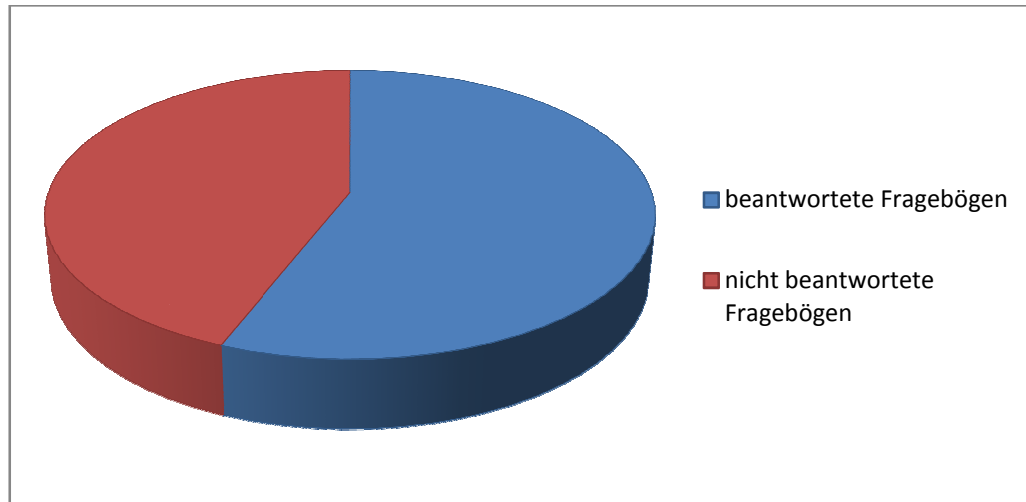


Abbildung 5: Rücklaufquote der Forschungsinstrumente
(Quelle: eigene Darstellung)

Der Rücklauf der verschickten Fragebögen war sehr gering, denn lediglich sechs Personen schickten diesen zurück. Somit ist hierbei einer der Nachteile, der im Kapitel 3.2.1 aufgelistet wurde, eingetroffen. Außerdem mussten die Trainer, mit mäßigem Erfolg, des Öfteren per E-Mail daran erinnert und gebeten werden den Fragebogen auszufüllen. Somit blieb dieses Forschungsinstrument hinter den Erwartungen der Autorin zurück. Ein Grund für die wenige Kooperationsbereitschaft könnte die große Anzahl der Fragen gewesen sein. Diese Menge wirkte eventuell ein wenig abschreckend und die Trainer gingen vielleicht davon aus, dass das Ausfüllen sehr viel Zeit beanspruchen könnte.

Zudem fiel der Autorin während der Auswertung auf, dass manche Fragen überflüssig waren, da die Antworten nicht zur Beantwortung der Forschungsfragen beitragen konnten. Aus diesem Grund wurden im Nachhinein die Frage nach dem ersten und zweiten Ansprechpartner der Verwaltung im ersten Teil, über welche Themen die Trainer „Anpiff ins Leben“ informieren im zweiten Teil und die Fragen eins und vier im dritten Teil herausgenommen und bei der Auswertung nicht berücksichtigt.

Ein weiteres Problem war möglicherweise die Frist des Zurücksendens der Fragebögen. Diese hätte länger als die geplanten drei Wochen sein sollen, damit die Teilnehmer mehr Bearbeitungszeit gehabt hätten. Ein weiterer Grund für die geringe Rücklaufquote könnte gewesen sein, dass die Trainer schlichtweg keine Lust hatten den Fragebogen auszufüllen.

Die Leitfadeninterviews hingegen haben sich als unterstützendes Instrument im Großen und Ganzen bewährt. Die Termine mit der Vereinsführung Sport, der Schule/Beruf/Soziales Mitarbeiterin und dem neuen Jugendkoordinator wurden ziemlich schnell wahrgenommen und fanden ohne Probleme statt.

Von den Trainern waren acht für ein persönliches Gespräch bereit. Während den Interviews mussten einige Fragen mehrmals und auf eine andere Art und Weise von der Autorin gestellt werden, weil sie nicht verstanden worden sind bzw. nicht richtig auf die Fragen geantwortet wurde. Dies ließ die Autorin überlegen, ob die Fragen möglicherweise zu kompliziert gestellt worden sind. Allerdings kam sie zu dem Entschluss, dass die Fragen eindeutig formuliert waren und würde deshalb weder die geschlossenen noch die offenen Fragen anders verfassen.

Zudem gaben ihr die Leitfadeninterviews die Möglichkeit bei Unklarheiten noch einmal nachzuhaken, die Fragen erneut zu erklären und die Interviewpartner hatten die Chance frei zu erzählen [vgl. Kapitel 3.2.2]. Dadurch bekam sie detailliertere Antworten als bei der Online Befragung, was für die Auswertung von Vorteil war. Somit hat es sich bewährt die quantitative Methode durch eine qualitative zu unterstützen, um auf diese Weise zusätzlich Informationen zu bekommen.

Trotz des geringen Rücklaufs waren die Ergebnisse ergiebig, da sich Gemeinsamkeiten herauskristallisierten und deswegen kamen interessante Aspekte heraus, die für das Kommunikationskonzept verwendet werden können. Im Nachhinein würde die Autorin allerdings den Fragebogen kürzer gestalten und den Teilnehmern mehr Bearbeitungszeit zur Verfügung stellen.

4 Das Kommunikationskonzept

Nachdem im dritten Kapitel die Forschungsinstrumente für die Informationsbeschaffung und die Vorgehensweise dargestellt wurden, werden nun die dadurch gewonnen Informationen und die sich daraus schließenden Maßnahmen erläutert.

Das Kommunikationskonzept dient dazu die zu anfangs gestellten Forschungsfragen [vgl. Einleitung] zu analysieren und daraufhin geeignete Ansätze darzustellen.

4.1 Analyse

Mit Hilfe der Analyse gilt es zum einen die momentane Kommunikation im Förderzentrum Walldorf darzustellen und zum anderen die Konkurrenz von „Anpiff ins Leben“ zu analysieren.

4.1.1 SWOT-Analyse

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Stärken und Schwächen sowie die Chancen und Risiken der Kommunikation bei „Anpiff ins Leben“ im Förderzentrum Walldorf auf. Die Erkenntnisse basieren zum einen auf den Einblicken, die die Autorin während ihres Praktikums im Förderzentrum Walldorf erhalten hat. Zum anderen fließen hier auch schon die Ergebnisse des Forschungsdesigns mit ein.

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> Vielzahl von Infomaterial: Homepage, Facebook Seite, monatlicher Newsletter, Schwarzes Brett, Jugendkoordinatorleitfaden, Infomappen für Eltern und Sportler, Broschüren über „Anpfiff ins Leben“ 	<ul style="list-style-type: none"> Kein Intranet
<ul style="list-style-type: none"> Erweiterung der Infomaterialien 	<ul style="list-style-type: none"> „Anpfiff ins Leben“ ist meistens nur regional bekannt → kleines Einzugsgebiet → Kommunikation erreicht nicht überregionalen Anklang
<ul style="list-style-type: none"> Im Förderzentrum sind überall Infomaterialien ausgelegt → für jeden Gast zugänglich 	<ul style="list-style-type: none"> Keine regelmäßige Meeting der Trainer mit der SBS Mitarbeiterin
<ul style="list-style-type: none"> Regelmäßige Artikel über „Anpfiff ins Leben“ in Zeitungen → Bekanntheitsgrad wird gesteigert 	<ul style="list-style-type: none"> Wenig Zusatzinformationen
<ul style="list-style-type: none"> Ständiger Austausch mit bestehenden und potenziellen Sponsoren 	<ul style="list-style-type: none"> Wenig Kontakt zwischen den Trainern und den anderen Mitarbeitern im Förderzentrum
<ul style="list-style-type: none"> Regelmäßige Meetings mit „Anpfiff ins Leben“ Mitarbeitern aus den anderen Förderzentren 	<ul style="list-style-type: none"> Auf der Homepage wird nicht deutlich welche Rolle die Trainer bei dem ganzheitlichen Konzept von „Anpfiff ins Leben“ übernehmen
<ul style="list-style-type: none"> Vierteljährige Treffen mit allen Jugendkoordinatoren 	
<ul style="list-style-type: none"> Jugendkoordinator setzt sich nach Bedarf mit den Trainern zusammen 	
<ul style="list-style-type: none"> Vereine sind auf der Homepage von „Anpfiff ins Leben“ vermerkt → Kooperation 	
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> Klare Kommunikationswege mit Sponsoren und Vereine vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> Mission und Vision von „Anpfiff ins Leben“ wird auf der Homepage nicht deutlich
<ul style="list-style-type: none"> Optimierung der Kommunikationsmittel 	<ul style="list-style-type: none"> Nicht jeder nutzt das Angebot des Newsletters
<ul style="list-style-type: none"> Informationen gelangen größtenteils an die Mitarbeiter 	<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung neuer Medien → es muss sich wieder umgewöhnen und was neues gelernt werden

Abbildung 6: SWOT Analyse
(Quelle: eigene Darstellung)

4.1.2 Markt-und Wettbewerbsanalyse

„Anpfiff ins Leben“ unterstützt Kinder und Jugendliche in den Sportarten Fußball, Eishockey, Handball und Golf. Sie unterscheidet sich dabei von anderen Non-Profit Organisationen wie beispielsweise der „UNESCO“ oder „UNICEF“. Diese setzen sich zwar ebenfalls für Kinder ein, allerdings sind sie nicht spezialisiert auf bestimmte Sportarten. Zudem lässt sich deren Unterstützung nicht mit dem Sport/Schule/Beruf/Soziales Zweig von „Anpfiff ins Leben“ vergleichen. Außerdem werden bei den genannten Non-Profit Organisationen Kinder auf der ganzen Welt unterstützt. Das Konzept von „Anpfiff ins Leben“ richtet sich allerdings nur auf die Metropol Region Rhein Neckar.

„Anpfiff ins Leben“ ist ein einmaliges Projekt in Baden-Württemberg, deshalb bezieht sich die Markt-und Wettbewerbsanalyse auch nur darauf. Größere Fußballvereine dieses Bundeslandes unterstützen ebenfalls die Sportler neben dem Sport in der Schule und im sozialen Bereich. Zu diesen Vereinen gehören unter anderem der Karlsruher SC, der SC Freiburg und der VfB Stuttgart. Deshalb werden im Folgenden kurz deren Angebot und ihre Unterstützung dargestellt.

Karlsruher SC

Seit 2010 gibt es das Konzept „KSC-macht Schule“ mit dem Ziel einer ganzheitlichen Ausbildung aller Spieler der Mannschaften U 10 bis U 23. Dabei stehen die Förderung der Persönlichkeit und deren Entwicklung im Mittelpunkt. Zu den Ausbildungsinhalten gehören zum einen Themen der Sport-, Sucht-, und Gewaltprävention, zum anderen der Einsatz in sozialen Projekten [vgl. KSC-macht Schule].

SC Freiburg

Der SC Freiburg arbeitet in den Bereichen Schule, Berufsausbildung und Freiwilliges Soziales Jahr mit vielen Partnern zusammen [vgl. Partnerschulen SC Freiburg]. Durch diese Kooperationen wird gewährleistet, dass die Fußballer ihre Ausbildung sowohl auf als auch neben dem Platz optimal koordinieren und absolvieren können [vgl. Partnerschulen SC Freiburg].

Es ist dem SC Freiburg wichtig, dass alle Fußballer aus den Mannschaften der Freiburger Fußballschule einen Schulabschluss oder eine Berufsausbildung neben ihrer sportlichen Ausbildung absolvieren [vgl. Duale Ausbildung SC Freiburg]. Gute Rahmenbedingungen für den schulischen Werdegang werden dadurch geschaffen, dass Kooperationen mit Schulen jeden Schultyps bestehen.

Zudem wird den Sportlern die Möglichkeit geboten, während der Schulzeit zwei Mal morgens zu trainieren und im Gegenzug dazu wird der Unterricht in den unterrichtsfreien Zeiten nachgeholt. Außerdem können die Fußballer das Angebot der Hausaufgabenbetreuung, dem Nachhilfeunterricht oder eine flexible Handhabung der Klausurtermine nutzen [vgl. Duale Ausbildung SC Freiburg].

VfB Stuttgart

Der VfB Stuttgart setzt ebenfalls auf eine nachhaltige und erfolgreiche Jugendarbeit. Die Förderung der angehenden Profispieler setzt sich hier aus drei Bereiche zusammen: Sportliche Ausbildung, Schulische/Berufliche Ausbildung und die Ausbildung der Persönlichkeit. Alle Komponenten sind gleich gewichtet und optimal miteinander verknüpft [vgl. Das Ausbildungskonzept des VfB Stuttgarts].



Abbildung 7: Ausbildung zum Fußball-Profi beim VfB Stuttgart
(Quelle: <http://www.vfb.de/de/teams/jugendkonzept/konzeption/page/948-2274-4-1334760673.html>, Stand 8.Juni 2012, 12:10 Uhr)

Diese drei Vereine lassen sich vom Angebot her gut mit „Anpfiff ins Leben“ vergleichen. Alle Vereine legen ebenfalls viel Wert auf eine zusätzliche schulische und berufliche Ausbildung. Außerdem können die Fußballer auch hier den Nachhilfeunterricht oder die Hausaufgabenbetreuung nutzen. Zudem profitieren die Sportler von der Unterstützung vieler Kooperationspartner.

Allerdings ist es schwer für Fußballer aus kleineren Dörfern oder Stadtteilen bei diesen großen Vereinen aufgenommen zu werden, da sie vorwiegend Jungen aus der Region bevorzugen und es wird auf der Profiebene trainiert. Deshalb ist „Anpfiff ins Leben“ die einzige Chance für Fußballer in der Metropol Region Rhein Neckar, da es dort keine vergleichbare Organisation gibt und somit keine Konkurrenz besteht. Die kleineren Vereine in der Umgebung haben zwar meistens ebenfalls ein Jugendkonzept, dieses bezieht sich allerdings nur auf den Fußball und nicht zusätzlich auf Schule, Beruf und Soziales.

Für den Frauenfußball ist das Konzept von „Anpfiff ins Leben“, mit dem Förderzentrum in St. Leon Rot, einmalig, denn es gibt nichts Vergleichbares. Ebenso ist es mit dem Handball, Eishockey und Golf. In diesen drei Sportarten wird in ganz Baden-Württemberg nichts angeboten, dass mit dem Konzept von „Anpfiff ins Leben“ vergleichbar ist. Zu beachten gilt allerdings, dass dieses Angebot nur genutzt werden kann, wenn die Sportler einem der kooperierenden Vereine angehören.

Auftritt des Unternehmens

Philosophie

Bei „Anpfiff ins Leben“ steht der Mensch als Ganzes im Vordergrund. Der gemeinnützige Verein hat es sich zur Philosophie gemacht die Kinder und Jugendlichen der Metropol Region Rhein-Neckar in den Bereichen Sport, Schule, Beruf und Soziales ganzheitlich zu fördern. Mittlerweile werden 3.200 Mädchen und Jungen auf und außerhalb des Sportplatzes fit fürs Leben gemacht. Dabei steht sowohl das Erlernen eines respektvollen, freundlichen und unvoreingenommenen Miteinander als auch das Team- und Fairplay-Verhalten im Mittelpunkt [vgl. „Anpfiff ins Leben: Infobroschüre].

Zudem legt „Anpfiff ins Leben“ Wert auf die Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Problemen. Deshalb wird der Austausch mit behinderten und älteren Menschen genauso gepflegt wie Kontakte zu künstlerischen Bereichen oder kirchlichen Institutionen [vgl. „Anpfiff ins Leben“ 2001: Jubiläumsbroschüre].

Außerdem hat „Anpfiff ins Leben“ bestimmte Leitbilder festgelegt, wie sich zum Beispiel die Trainer und die Spieler verhalten sollen. Dabei wird sehr viel Wert darauf gelegt, dass nach diesen Leitbildern gehandelt wird.

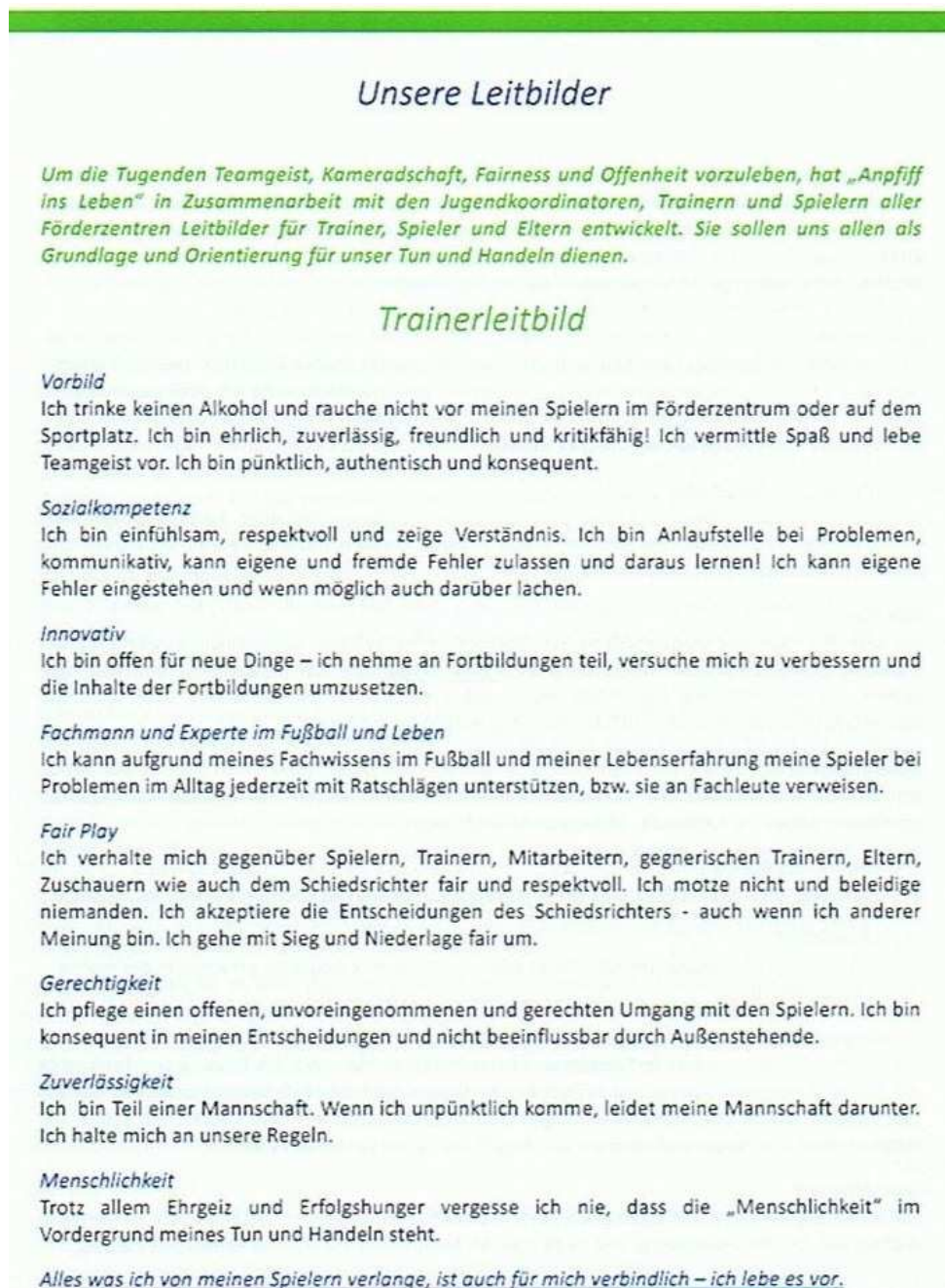


Abbildung 8: Trainerleitbild
(Quelle: Anpfiff ins Leben e.V. (2011). Leitfaden für den Jugendfußball, Walldorf, S.7)

4.1.3 Stakeholder

Stakeholder, auch Anspruchsgruppen genannt, sind Personen, Unternehmen oder Gruppen, die in irgendeiner Form Interesse an den Aktivitäten des Unternehmens haben [vgl. Fill 2001, 141]. Deshalb soll sich das Stakeholder Management auch an den Ansprüchen aller Interessensgruppen orientieren. Beispiele für diese Stakeholder können unter anderem Mitarbeiter, Lieferanten, Kunden, Sponsoren aber auch der Staat, die Umwelt und Öffentlichkeit oder örtliche Gemeinden sein [vgl. Pollert/Kirchner/Polzin 2009, 301].

Zu den Stakeholdern von „Anpfiff ins Leben“ gehören:

- alle Mitarbeiter von „Anpfiff ins Leben“
- Trainer
- Jugendkoordinatoren
- Eltern
- Sportler
- die kooperierenden Fußball-, Handball-, Golf-, und Eishockeyvereine
- Sponsoren
- Unternehmen
- Schulen, Hochschulen und Universitäten
- Verbände
- Vereine
- Soziale Einrichtungen
- Kirchliche Institutionen
- Wirtschaftsunternehmen
- Journalisten
- Ministerien
- Persönlichkeiten aus den Bereichen Sport, Politik, Wirtschaft, Kunst und Kultur
- Lehrer

4.2 Strategie

Die Strategie dient dazu die Ziele und Zielgruppen des Konzeptes zu verdeutlichen und den Soll- und Ist- Wert ausführlich zu erläutern, um dadurch gezielte Maßnahmen zu entwickeln.

4.2.1 Ziele

Hauptziele

Die zwei Hauptziele dieses Kommunikationskonzeptes sind es zum einen Lösungsansätze aufzuzeigen, wie die Kommunikation zu den Trainern verbessert werden kann. Zum anderen zu verdeutlichen welche Möglichkeiten es gibt den Trainern verständlich zu machen, dass sie sowohl ein Teil von „Anpfiff ins Leben“ als auch von der FC-Astoria Walldorf sind und dies nicht zu trennen gilt. Sie sollen dadurch besser verstehen, dass sie das ganzheitliche Konzept mit den Bereichen Sport, Schule, Beruf und Soziales vertreten sollen.

Qualitative Ziele

- Vertrauen, Verständnis und Akzeptanz steigern
- Teamgefühl steigern
- Kommunikationsaustausch zwischen Trainer und „Anpfiff ins Leben“ Mitarbeiter fördern
- für Außenstehende deutlicher machen, welche Aufgabe die Trainer bei „Anpfiff ins Leben“ einnehmen und wie die Zusammenarbeit konkret aussieht
- Eltern sollen mehr Zusatzinformationen bekommen

Zielgruppen

In der folgenden Grafik werden die Zielgruppen aufgelistet, auf die sich das Kommunikationskonzept bezieht. Diese Zielgruppen sollen von der Umsetzung der Maßnahmen profitieren.



*Abbildung 9: Zielgruppen des Kommunikationskonzeptes
(Quelle: eigene Darstellung)*

4.2.2 Ist-Wert Analyse

Durch die Ist-Wert Analyse werden zum einen die Ergebnisse der Leitfadeninterviews mit dem Verantwortlichen für den Bereich Sport, der Schule/Beruf/Soziales Mitarbeiterin und dem neuen Jugendkoordinator dargestellt. Zum anderen wurden die Homepages von „Anpfiff ins Leben“ und der FC-Astoria Walldorf analysiert.

Außerdem fließen hier die Ergebnisse der Online Befragung und der Leitfadeninterviews der Trainer mit ein. Für die Informationsbeschaffung der Ist-Analyse fanden die Forschungsinstrumente, die in Kapitel drei vorgestellt worden sind, Anwendung.

Homepageanalyse

Die Analyse der Homepages diente der Autorin dazu einen Überblick darüber zu bekommen, in wie weit dargestellt wird, dass „Anpfiff ins Leben“ und die Sportvereine als eine Einheit zu verstehen sind und wie deren Zusammenarbeit im Allgemeinen aussieht. Ein weiterer zu untersuchender Aspekt war die Darstellung der Zusammenarbeit zwischen FC Astoria Walldorf und „Anpfiff ins Leben“ auf der FC Homepage.

Beim Analysieren der „Anpfiff ins Leben“ Homepage ist der Autorin aufgefallen, dass es nicht wirklich deutlich wird, dass der Sportverein und „Anpfiff ins Leben“ eine Einheit bilden und die Philosophie dahingegen vermittelt werden soll. In der Grafik des Leitbildes wird es annähernd durch den Satz: „Ganzheitlichkeit durch Gleichrangigkeit der vier Elemente“ [vgl. Abbildung drei] deutlich, aber nicht ausführlich erklärt.

Unter der Rubrik „Förderzentren“ sind alle Kooperationsvereine im Sport aufgelistet, aber es wird nicht beschrieben wie die Arbeit zwischen den Vereinen und „Anpfiff ins Leben“ aussieht bzw. aussehen soll. Es wird nicht wirklich deutlich, was von den Trainern erwartet wird und dass sie sowohl ein Teil von „Anpfiff ins Leben“ und dem Sportverein sind. Ein Trainerleitbild wie im Jugendkoordinatorleitfaden ist auf der Homepage ebenfalls nicht zu finden.

Auf der Startseite der FC-Astoria Walldorf Homepage befindet sich das „Anpfiff ins Leben“ Logo, allerdings ohne einen Link.



Abbildung 10: Startseite der FC-Astoria Walldorf Homepage
(Quelle: <http://www.fc-astoria-walldorf.de/>, Stand: 25.Mai 2012, 12:45 Uhr)

Unter der Rubrik „Verein“ auf der Homepage sind die Kontaktdaten von Frau Ivanova mit einem Link zur Homepage von „Anpfiff ins Leben“ angegeben. Dadurch wird deutlich gemacht, dass der FC-Astoria Walldorf mit „Anpfiff“ zusammenarbeitet. Allerdings wird nicht erklärt für was „Anpfiff ins Leben“ steht und wie die Kooperation im Speziellen aussieht.

Auswertung des Leitfadeninterviews mit Herrn Born

Durch dieses Gespräch wurde die Kommunikation zwischen der sportlichen Abteilung, dem Jugendkoordinator und den Trainern analysiert.

Der allgemeine Informationsfluss lässt sich wie folgt darstellen:



Abbildung 11: Kommunikationsfluss Sportliche Abteilung, Jugendkoordinator, Trainer
(Quelle: eigene Darstellung)

Die sportliche Abteilung gibt Informationen an den Jugendkoordinator weiter und dieser soll sie an die Trainer weiterleiten. So besteht ein regelmäßiger Austausch nur zwischen Jugendkoordinator und den Mitarbeitern der sportlichen Abteilung und zwischen den Trainern und dem Jugendkoordinator. In seltenen Fällen kommt es vor, dass sich die Trainer direkt an die Vereinsführung Sport wenden.

Bei dem bisherigen Jugendkoordinator kam es manchmal, bedingt durch sein nebenberufliches Arbeitsverhältnis bei „Anpfiff ins Leben“, dazu, dass ein Mitarbeiter des sportlichen Bereichs ein paar Dinge bezüglich der Kommunikation übernommen hat. Das wird sich allerdings mit dem neuen Jugendkoordinator ändern. Dieser wird seine Tätigkeit zur neuen Saison 2012/2013 hauptberuflich ausüben und wird dahingegen gebrieft, dass die Kommunikation nur über ihn laufen soll.

Aus diesem Grund muss er sich ein gewisses Fachwissen aneignen, um das Konzept von „Anpfiff ins Leben“ zu verinnerlichen und vermitteln zu können. Zudem bekam er von der Vereinsführung Sport erklärt, wie das Konzept und die Philosophie an die Trainer herangetragen werden soll.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass in der Außendarstellung wahrgenommen wird, dass der Fußballverein und „Anpfiff ins Leben“ eine Einheit ist. Deshalb ist es die Aufgabe des Jugendkoordinators ab und zu bei den Angeboten des SBS Bereichs anwesend zu sein und so zu verdeutlichen, dass sowohl der sportliche als auch der schulische, berufliche und soziale Bereich zusammen gehören.

Bei neuen Trainern übernimmt der Jugendkoordinator die Aufgabe ihnen verständlich zu machen, dass der Fußballverein und „Anpfiff ins Leben“ zusammen gehören. Er muss ihnen deutlich machen, dass sie das Konzept verinnerlichen sollen und es auch den Kindern und Jugendlichen vermitteln. Deshalb sollte jeder neuer Trainer bei seinem Vorstellungsgespräch eine Begrüßungsmappe und den Jugendkoordinatorleitfaden bekommen. In der Begrüßungsmappe befindet sich unter anderem ein Begrüßungsanschreiben, ein Fragebogen für die Sportler, die Broschüre von „Anpfiff ins Leben“ und die aktuellen Angebote.

Im Jugendkoordinatorleitfaden werden das Konzept von „Anpfiff ins Leben“ und die Leitbilder der Trainer, Spieler und Eltern verdeutlicht. Es werden die allgemeinen Angebote des sportlichen und des Schule/Beruf/Soziales Bereichs aufgeführt, sowie die Trainingsinhalte der unterschiedlichen Altersgruppen erklärt.

Die bisherigen Trainer bekommen von der Vereinsführung Sport das Konzept von „Anpfiff ins Leben“ nicht noch einmal explizit erklärt. Es ist am Jugendkoordinator selbst das Konzept erneut zu verdeutlichen, wenn er bemerkt, dass dahingegen etwas falsch läuft. Allerdings können die Trainer bei verschiedenen Treffen oder Veranstaltungen ihr Wissen aufzufrischen, wie zum Beispiel bei Elternabenden oder Mitgliederversammlungen. Bei beiden Veranstaltungen wird das Konzept von „Anpfiff ins Leben“ erneut erklärt.

Kommunikation zum Jugendkoordinator und den Trainern aus Sicht der Schule/Beruf/Soziales Mitarbeiterin Frau Ivanova

Die Kommunikation mit dem momentanen Jugendkoordinator findet eher selten statt, da er nur nebenberuflich bei „Anpfiff ins Leben“ angestellt ist. Aus diesem Grund ist es schwierig sich regelmäßig zu treffen. Stehen allerdings wichtige Entscheidungen an oder ein Gespräch ist unumgänglich wird ziemlich schnell ein Termin ausgemacht.

Die Kommunikation zu den Trainern bezeichnet Frau Ivanova als eine „normale Kommunikation“. Sie findet überwiegend durch E-Mail Kontakt und Telefonate statt. Die persönliche Kommunikation durch Face-to-Face Gespräche funktioniert hier vor allem wegen den unterschiedlichen Arbeitszeiten nur bedingt. Die Trainer kommen meistens kurz vor Trainingsbeginn und bis dahin ist der Arbeitstag der SBS Mitarbeiterin fast beendet. Somit ist es schwierig regelmäßige Face-to-Face Unterhaltungen zu führen. Wenn es zum Informationsaustausch kommt unterhalten sich die zwei Parteien über die aktuellen Angebote wie zum Beispiel Hausaufgabenbetreuung, Berufsberatung oder Prüfungsvorbereitung.

Zudem schicken die Trainer ihre Fußballer zu Frau Ivanova, wenn diese das Angebot von Schule/Beruf/Soziales nutzen wollen. Der Trainer ist somit der Vermittler zwischen Spieler und SBS. Umgekehrt ist es so, dass der SBS Bereich den Trainern Informationen für die Eltern zukommen lässt, welche sie weiterleiten sollen.

Zu jeder neuen Saison finden Elternabende statt und dort treten der Jugendkoordinator und Frau Ivanova als ein Team auf. Außerdem nehmen auch die Trainer daran teil. Um die Zusammenarbeit zu verdeutlichen wird eine kleine Power Point Präsentation gehalten. Dabei wird der sportliche Teil vom Jugendkoordinator vorgestellt. Die SBS Mitarbeiterin erklärt kurz das Konzept von „Anpfiff ins Leben“ und die Angebote des Schule/Beruf/Soziales Bereichs. Bei der Vorstellung wird von beiden Seiten kommuniziert, dass die Arbeit nur als Team möglich ist und der Fußballverein und „Anpfiff ins Leben“ nicht zu trennen sind. Hierbei wird oft das Wort „Verschmelzung“ genannt, um deutlich zu machen, dass die Arbeit nur gemeinsam funktionieren kann.

Bei den Besprechungen mit Neuzugängen treten ebenfalls beide als eine Einheit auf. Dabei bekommen die neuen Spieler durch eine Begrüßungsmappe die ersten Informationen über den Schule/Beruf/Soziales Bereich. Darauf legt Frau Ivanova sehr großen Wert, weil es ihr wichtig ist, dass die Neuzugänge so schnell wie möglich die Angebote kennenlernen.

Als Fazit lässt sich sagen, dass die SBS Mitarbeiterin und der Jugendkoordinator versuchen gemeinsam als ein Team aufzutreten und das auch den Eltern vermitteln wollen. Bei der Kommunikation zwischen SBS, dem Jugendkoordinator und den Trainern treten jedoch einige Probleme auf. Zum einen wird die alltägliche Kommunikation durch die unterschiedlichen Arbeitszeiten gehindert. Zum anderen würde sich Frau Ivanova, durch regelmäßige Treffen mit den Trainern wünschen, mehr Einblick in den sportlichen Bereich zu bekommen und dass generell mehr Austausch zwischen ihnen besteht.

Die bisherige Kommunikation aus Sicht des neuen Jugendkoordinators Herr Keller

Zur neuen Fußballsaison 2012/2013 bekommt das Jugendförderzentrum Walldorf für den FC-Astoria Walldorf einen neuen Jugendkoordinator. Der Wechsel der Jugendkoordinatoren diene der Autorin dahingehen rauszubekommen, wie einem neuen Mitarbeiter im sportlichen Bereich näher gebracht wird, dass „Anpfiff ins Leben“ und der Fußballverein als eine Einheit zu betrachten ist und einen Einblick in die allgemeine Kommunikation zu bekommen.

Mit der momentanen Kommunikation ist Herr Keller sehr zufrieden. Er wird gut von Herrn Born und seinem Vorgänger informiert und eingearbeitet. Die Kommunikation läuft über E-Mail Kontakt und persönliche Gespräche. Dabei bekommt er einen Überblick über den Schule/Beruf/Soziales Bereich, Fußballschule, Fußballcamp, Weiterbildungen und Kaderzusammenstellungen und über das Konzept von „Anpfiff ins Leben“. Es herrscht untereinander eine ständige Kommunikation, was dem neuen Jugendkoordinator sehr wichtig ist. Außerdem legt er bei seiner zukünftigen Arbeit Wert darauf mit allen Mitarbeitern im stetigen Austausch zu stehen.

Seiner Meinung nach wird sehr gut kommuniziert, dass „Anpfiff ins Leben“ und der FC-Astoria Walldorf eine Einheit ist. Ihm wurde dies durch eine Präsentation von der Vereinsführung Sport nähergebracht. Dabei wurden ihm das Konzept und die Philosophie von „Anpfiff“ verdeutlicht. Zudem bekommt er durch den neuen Jugendkoordinatorleitfaden zusätzliche Informationen über den sportlichen Bereich.

Um den Sportler besser zu verdeutlichen welche Angebote sie durch „Anpfiff ins Leben“ nutzen können, gibt es für die neue Saison eine Neuerung. Es wird speziell für sie ein Blatt entworfen auf dem das Konzept von „Anpfiff“ mit den vier Säulen erklärt wird. Dadurch wird deutlich gemacht, dass die Bereiche Sport/Schule/Beruf/Soziales zusammen arbeiten und welche Chancen den Fußballern dadurch geboten werden.

Herr Keller wird den bisherigen Trainern nicht mehr vermitteln, dass „Anpfiff ins Leben“ und FC-Astoria Walldorf zusammen gehören, da er davon ausgeht, dass sie das verinnerlicht haben. Sollte er allerdings merken, dass es Differenzen diesbezüglich gibt, wird er das Gespräch mit ihnen suchen. Bei neuen Trainern soll bei den Vorstellungsgesprächen verständlich gemacht werden, dass sie das Konzept von „Anpfiff ins Leben“ weitergeben müssen. Zudem sollen sie und die bisherigen Trainern sich mit dem Konzept von „Anpfiff ins Leben“ identifizieren und das auch den Kindern und Jugendlichen vermitteln.

Fazit dieses Interviews ist es, dass, laut dem neuen Jugendkoordinator, gut vermittelt wird „Anpfiff ins Leben“ und der Fußballverein als eine Einheit zu sehen. Außerdem ist es ihm wichtig, dass untereinander eine ständige Kommunikation herrscht und dadurch ein regelmäßiger Austausch besteht.

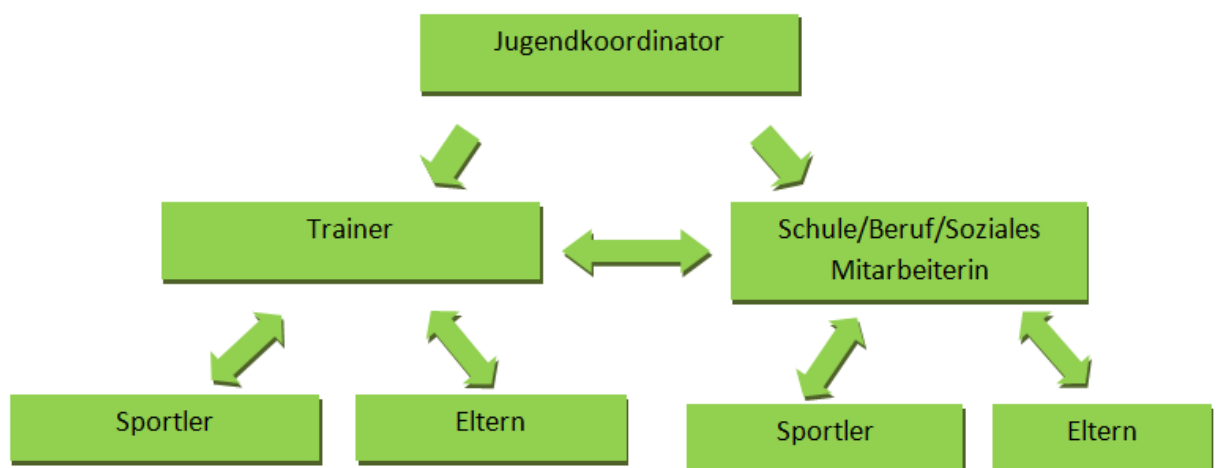


Abbildung 12: Kommunikationsfluss Jugendkoordinator, Trainer, SBS, Fußballer, Eltern
(Quelle: eigene Darstellung)

Auswertung der Online Befragung und Leitfadeninterviews der Trainer

Die Online Befragungen und die Leitfadeninterviews mit den Trainern dienten dazu Angaben zu den persönlichen Werdegängen der Trainer zu bekommen, die Kommunikation und die Zufriedenheit der Trainer zu analysieren und ein paar allgemeine Sachen in Bezug auf „Anpfiff ins Leben“ herauszubekommen. Außerdem lassen sich die daraus entstandenen Erkenntnisse mit den Auswertungen der anderen geführten Leitfadeninterviews bezüglich Übereinstimmungen und Differenzen vergleichen.

Wie bereits in Kapitel 3.3.5 erwähnt entsprach der Rücklauf dieser Forschungsinstrumente nicht den Erwartungen der Autorin. Trotzdem stimmten viele Antworten bzw. Meinungen überein und Differenzen kristallisierten sich heraus. Deshalb waren die Ergebnisse ergiebig und sind somit repräsentativ.

Teil 1

Der erste Teil des Fragebogens sollte dazu dienen die Antworten der Trainer besser differenzieren zu können. Dabei kam heraus, dass es unterschiedliche Ansichten im Bezug der verschiedenen Trainingsaltersklassen gab. Die Trainer des oberen Bereichs (U 12 bis U 19) waren zufriedener mit der Kommunikation als die Trainer des unteren Bereichs (G-3 – E-1). Bei den anderen Kategorien wie beispielsweise das Geschlecht, das Alter oder das Arbeitsverhältnis waren keine gravierenden Unterschiede und unterschiedliche Meinungen festzustellen.

Für die Darstellung des zweiten und dritten Teils des Fragebogens werden nun die Fragen im Einzelnen genannt und die Ergebnisse und Erkenntnisse dazu erläutert.

Teil 2

1. Wie zufrieden sind Sie mit der momentanen Kommunikation und warum?

Drei der befragten Personen waren sehr zufrieden mit der Kommunikation, acht fanden sie in Ordnung und drei antworteten mit geht so.

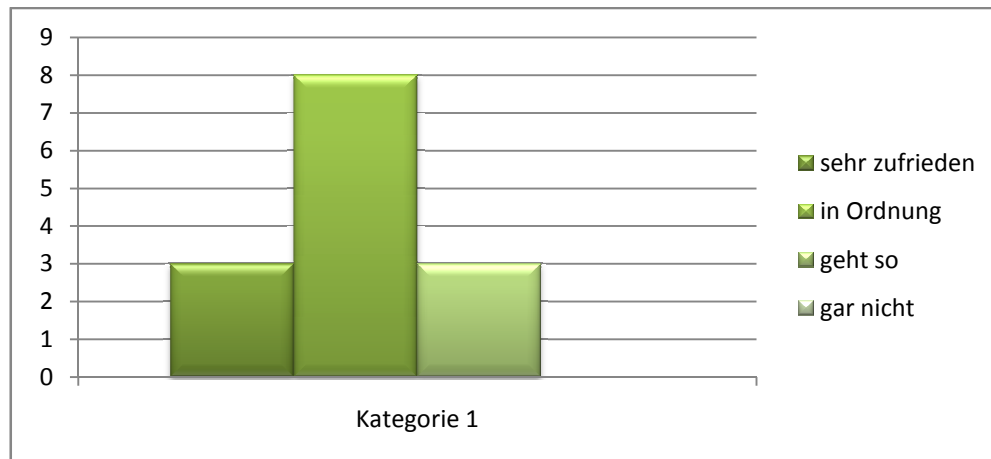


Abbildung 13: Zufriedenheit mit der momentanen Kommunikation
(Quelle: eigene Darstellung)

Bei dieser Frage kam heraus, dass die Trainer von Seiten „Anpfiff ins Leben“ Informationen bekommen, aber sie mit dem Informationsfluss im Ganzen nicht wirklich zufrieden sind. Sie erhalten manchmal die wichtigen Sachen zu spät oder auch gar nicht. Zudem wurde beanstandet, dass es zu wenige Zusatzinformationen gibt. Es werden E-Mails an die Trainer verschickt, die diese dann an die Eltern weiterleiten sollen. Wenn die Eltern etwas Genaueres bezüglich der E-Mails wissen wollen, können die Trainer meistens nichts dazu sagen und müssen sie an die verantwortlichen Personen verweisen.

Außerdem hätten die Trainer gerne alle Informationen und nicht nur die Zielgruppenspezifischen, die manchmal nur nach den jeweiligen Trainingsaltersgruppen verschickt werden. Die Trainer des unteren Bereiches finden außerdem nicht gut, dass die meisten Informationen über den Jugendleiter und nicht wie üblich über den Jugendkoordinator an sie herangetragen werden [vgl. Abbildung 11f]. Somit findet der Austausch mit dem Jugendkoordinator nicht wirklich statt.

2. Wer ist ihr erster und zweiter Ansprechpartner im Schule/Beruf/Soziales Bereich?

Alle außer drei Trainern nannten Frau Ivanova als erste Ansprechpartnerin und als zweiten niemanden. Die restlichen drei erwähnten ihren Jugendleiter als erstes und die SBS Mitarbeiterin als zweites. Daraus lässt sich schließen, dass allen Frau Ivanova bekannt ist und die Trainer wissen, dass sie für den Schule/Beruf/Soziales Bereich zuständig ist.

3. Wer ist ihr erster und zweiter Ansprechpartner im Sportbereich?

Zehn Trainer nannten den Jugendkoordinator als erstes und vier aus dem unteren Trainingsbereich wiederum ihren Jugendleiter. Im besten Falle hätte es so sein sollen, dass alle den Jugendkoordinator zuerst nennen, denn dann wäre der eigentliche Kommunikationsfluss [vgl. Abbildung elf] widergespiegelt worden. So lässt sich feststellen, dass die Kommunikation der Trainer der jüngeren Fußballer mit dem Jugendkoordinator nicht optimal verläuft.

4. Über welche Themen werden Sie informiert?

Die Informationen, die die Trainer bekommen, sind sehr vielseitig und betreffen nicht immer nur die Sportler und Eltern, sondern auch sie selbst. Sie werden über den Schule/Beruf/Soziales Bereich, Trainerfortbildungen oder Veranstaltungen informiert. Der Informationsgehalt ist somit breitgestreut und deckt jeden Bereich des Konzepts von „Anpfiff ins Leben“ ab.

5. Wie werden Sie informiert?

Jeder der Trainer nannte mindestens drei Kommunikationsmittel. Dabei wurde der E-Mail Kontakt am meisten erwähnt, das persönliche Gespräch kam an zweiter Stelle und danach folgten der Newsletter und das Telefonat. Hierbei fiel auf, dass nicht alle die Vorteile des Newsletter nutzen bzw. gar nicht wussten, dass es diesen gibt.

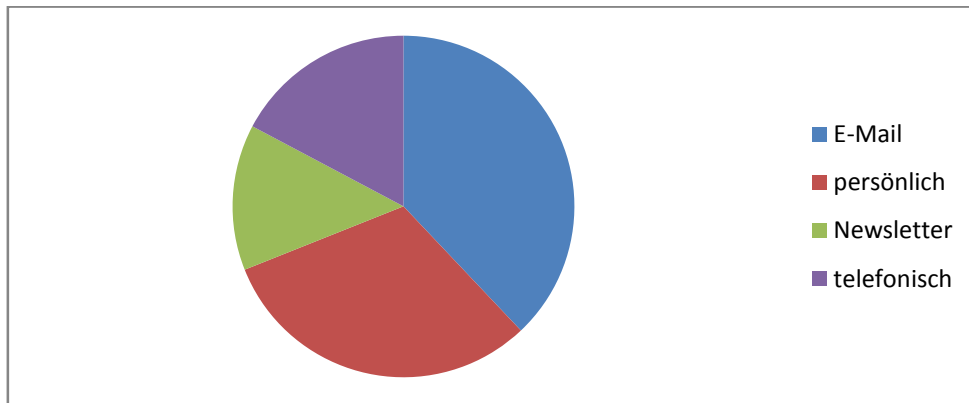


Abbildung 14: Kommunikationsmittel
(Quelle: eigene Darstellung)

6. Wie gut wird informiert, dass „Anpfiß ins Leben“ und der FC-Astoria Walldorf eine Einheit sind?

Eine Person machte keine Angabe, zwei antworteten mit sehr gut, sechs fanden es in Ordnung, vier waren der Meinung es geht so und eine Person kreuzte an, dass es gar nicht kommuniziert wird. Durch diese Angaben lässt sich schließen, dass es zwar kommuniziert wird, aber nicht optimal und zu jeder Zufriedenheit.

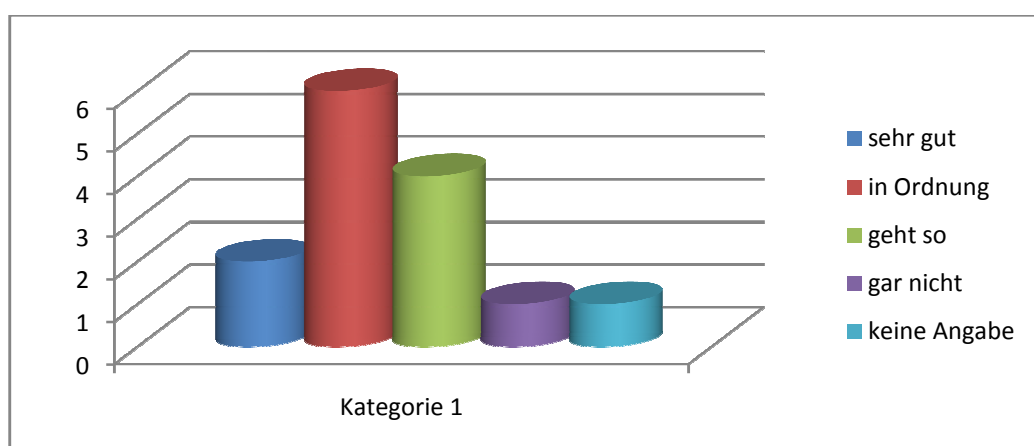


Abbildung 15: Zufriedenheit bezüglich der Vermittlung
(Quelle: eigene Darstellung)

7. Wie wird kommuniziert, dass „Anpfiff ins Leben“ und der FC- Astoria Walldorf eine Einheit sind?

Einige Trainer üben ihre Tätigkeit seit der Eröffnung des Jugendförderzentrums in Walldorf aus. Daher war es ihnen von Anfang an klar, dass „Anpfiff“ und der Fußballverein zusammengehören und nicht zu trennen sind. Somit musste es ihnen nicht mehr explizit erklärt werden. Den anderen wurde es größtenteils durch persönliche Gespräche mit den Verantwortlichen von FC-Astoria Walldorf und „Anpfiff ins Leben“ erläutert. Dadurch, dass bei den Elternabenden immer die jeweiligen Trainer, der Jugendkoordinator und die SBS Mitarbeiterin anwesend sind, wird es ihrer Meinung auch kommuniziert. Einige Trainer wurde es bei ihren Vorstellungsgesprächen deutlich gemacht und einer nannte den Jugendkoordinatorleitfaden.

Was hierbei auffiel, war, dass keiner der Trainer die Begrüßungsmappe erwähnte, die eigentlich jeder mindestens einmal laut der Vereinsführung Sport, hätte bekommen müssen. Daraus lässt sich schließen, dass die Trainer keine erhalten haben oder sich nicht mehr an sie erinnern konnten. Eine Power Point Präsentation, durch die dieses Thema dem neuen Jugendkoordinator erklärt wurde, wurde auch nicht genannt.

8. Was gefällt Ihnen am Konzept von „Anpfiff ins Leben“?

Durch diese Frage wollte die Autorin herausfinden, ob jeder der Trainer das Konzept von „Anpfiff ins Leben“ kennt und verstanden hat. Alle nannten die vier Säulen Sport/Schule/Beruf/Soziales und finden es gut, dass die Sportler auch neben dem Sport gefördert werden. Zudem haben die Kinder und Jugendliche durch die ganzheitliche Förderung mehr Chancen und Möglichkeiten als in anderen Vereinen. Ein weiterer Punkt, denn die Trainer gut finden, ist, dass die Sportler durch verschiedene Veranstaltungen mehr Toleranz gegenüber behinderten und älteren Menschen zeigen, was der Philosophie von „Anpfiff ins Leben“ entspricht [vgl. Kapitel 4.1.2: Philosophie des Unternehmens]. Jedem der Befragten ist bewusst für was „Anpfiff ins Leben“ steht und sie finden es gut bei diesem Konzept mitwirken zu dürfen.

Teil 3**1. Fühlen Sie sich als einen Teil von „Anpfiff ins Leben“/ FC-Astoria Walldorf?**

12 von 14 Trainern fühlen sich voll und ganz als einen Teil der beiden Vereine. Eine Person machte keine Angabe und eine weitere Person fühlte sich als einen Teil von FC-Astoria Walldorf, aber von „Anpfiff ins Leben“ nicht. An der Anzahl der zufriedenen Personen kann gesehen werden, dass sie gut integriert sind bzw. wurden und sie waren alle der Meinung, dass es ihnen leicht gemacht wurde sich als Teammitglied zu fühlen.

2. Wie vermitteln Sie die Philosophie von „Anpfiff ins Leben“?

Jeder Trainer und Spieler soll sich nach einem bestimmten Leitbild, das von „Anpfiff ins Leben“ vorgegeben wird [vgl. Abbildung acht], verhalten. Somit liegt es an den Trainern ihren Fußballern mit einer gewissen Vorbildfunktion voranzugehen. Sie vermitteln die Philosophie, indem sie auf die Werte, die ihnen von „Anpfiff“ vorgegeben werden, hinweisen und sich dementsprechend selbst verhalten. Die Trainer versuchen mit gutem Beispiel voranzugehen und dadurch die Philosophie so gut wie möglich zu verdeutlichen.

3. Motivieren Sie die Sportler die anderen Angebote zu nutzen? Wenn ja, wie?

Auf diese Frage antworteten 12 mit ja und zwei erklärten, dass ihre Fußballer noch zu jung dafür sind die schulischen Angebote zu nutzen. Alle stimmten allerdings mit überein, dass sie die Informationen, sowohl an die Spieler als auch an die Eltern, weiterleiten. Dadurch kann festgestellt werden, dass die Trainer den schulischen, beruflichen und sozialen Bereich nicht außer Acht lassen, sondern die Kinder und Jugendlichen dazu ermutigen, das vielfältige Angebot zu ihrem Vorteil zu nutzen. Zudem weisen sie sie auf die Vorzüge des Konzeptes von „Anpfiff ins Leben“ hin.

4. Haben Sie Verbesserungsvorschläge oder Wünsche bezüglich der Kommunikation?

Eine große Anzahl an Trainer würden sich wünschen mehr Zusatzinformationen zu den normalen Informationen zu bekommen, um somit genauer Bescheid zu wissen. Außerdem war es der Wunsch einiger sich mehrmals im Jahr mit der SBS Mitarbeiterin zusammen zu setzen, um einen Überblick zu bekommen, was in nächster Zeit in diesem Bereich angeboten wird. Damit soll außerdem versucht werden einen regelmäßigeren Austausch zwischen dem sportlichen und dem schulisch/beruflichen/sozialen Part herzustellen.

Fazit der Ist- Wert Analyse:

Bei der Auswertung der Forschungsinstrumente konnten einige Übereinstimmungen, aber auch Widersprüche festgestellt werden:

Bei dem Gespräch mit der sportlichen Abteilung wie auch mit dem neuen Jugendkoordinator wurde erklärt, dass jeder Trainer bei seinem Vorstellungsgespräch eine Begrüßungsmappe erhält. Durch die Auswertung der Fragebögen kam allerdings heraus, dass einige Trainer gar kein Vorstellungsgespräch hatten und somit keine Mappe erhalten haben. Aber auch Trainer mit einem Vorstellungsgespräch erwähnten keine Begrüßungsmappe. Auch bei den Kommunikationsmitteln wurde diese Mappe nicht genannt. Somit lässt sich hier ein Widerspruch feststellen, der optimiert werden sollte.

Sowohl Frau Ivanova als auch die Trainer würden sich regelmäßiger gemeinsame Treffen wünschen und dadurch den stetigen Austausch fördern.

Nach dem allgemeinen Kommunikationsfluss sollte es eigentlich so sein, dass der Jugendkoordinator der erste Ansprechpartner für die Trainer ist. Allerdings kam heraus, dass das im unteren Trainingsbereich nicht ganz zu trifft. Dort wurde vermehrt der Jugendleiter als erster Ansprechpartner genannt. Deshalb wäre dies eine Sache, die der neue Jugendkoordinator verbessern muss und den Austausch mit jedem der Trainer suchen soll.

4.2.3 Soll- Wert Analyse

Durch das Kommunikationskonzept soll zum einen den Trainer verständlicher gemacht werden, dass sie nicht nur ein Teil von FC-Astoria Walldorf sind, sondern auch von „Anpfiff ins Leben“. Sie sollen dadurch besser verstehen, dass „Anpfiff“ nicht nur aus dem Sportbereich besteht, sondern zudem den Schule/Beruf/Soziales Bereich beinhaltet und deshalb die vier Bereiche nicht zu trennen sind. Außerdem sollen sich dahingegen verhalten und den SBS Bereich nicht außer Acht lassen.

Zum anderen soll die Kommunikation zu den Trainern verbessert werden. Dadurch sollen sie das Gefühl bekommen, dass ein regelmäßigerer Kommunikationsaustausch von Seiten der anderen Mitarbeiter von „Anpfiff ins Leben“ mit ihnen gewünscht und ihre Arbeit honoriert wird.

Durch die Umsetzung der erarbeiteten Maßnahmen soll zudem das Teamgefühl der Trainer gesteigert werden auch die Eltern der Fußballer sollen durch einige Maßnahmen profitieren.

4.3 Taktik

In diesem Kapitel werden zum einen verschiedene Lösungsansätze vorgeschlagen, um die Forschungsfragen zu beantworten. Zum anderen werden Vorschläge zur Umsetzung erläutert und Kosten dargestellt, die bei der Umsetzung der Maßnahmen anfallen könnten.

4.3.1 Maßnahmen

Die Ideen für die Maßnahmen basieren auf den Erkenntnissen der Ist- Wert Analyse [vgl. Kapitel 4.2.2].

Optimierung der Homepage

Da auf der Homepage von „Anpfiff ins Leben“ nicht ausreichend deutlich gemacht wird, dass die Sportvereine und „Anpfiff“ als eine Einheit zu betrachten sind, könnte dies unter der Rubrik „Leitbild“ verdeutlicht werden. Zudem wäre es gut einen allgemeinen Text für die Kategorie „Förderzentrum“ zu verfassen. Inhalt sollte sein wie die Arbeit mit den kooperierenden Vereinen aussieht bzw. aussehen soll und was im Allgemeinen von den Trainern erwartet wird. Hierbei könnte das Trainerleitbild aus dem Jugendkoordinatorleitfaden mit eingebaut werden [vgl. Abbildung acht].

Auf der Homepage von FC-Astoria Walldorf sollte allgemein erklärt werden für was „Anpfiff ins Leben“ steht und das Konzept soll kurz vorgestellt werden. Zusätzlich soll hervorgehoben werden wie die Kooperation im Speziellen aussieht.

Film

Eine weitere Möglichkeit genauer zu verdeutlichen wie die Arbeit zwischen den Trainern und dem Schule/Beruf/Soziales Bereich aussieht bzw. aussehen soll, wäre es ein Film zu drehen.

Auf der Homepage von „Anpfiff ins Leben“ ist bereits ein Imagefilm zu finden, in dem die Förderzentren im Einzelnen, einige Kooperationspartner und das Konzept von „Anpfiff ins Leben“ mit den vier Säulen Sport/Schule/Beruf/Soziales kurz vorgestellt werden. Allerdings wird nicht deutlich genug erklärt welchen Part die Trainer in diesem Konzept übernehmen.

Aus diesem Grund könnte ein weiterer Film gedreht werden, um aufzuzeigen was die Trainer eigentlich leisten und es nicht zu vergessen gilt, dass sie ihre Tätigkeit bei „Anpfiff“ nebenberuflich oder ehrenamtlich ausüben. Sequenzen dieses Film könnten sein: Besprechung zwischen Frau Ivanova, dem Jugendkoordinator und den Trainern, durch die Elternabende zeigen, dass der Jugendkoordinator und die SBS Mitarbeiterin als ein Team auftreten, Treffen nur zwischen Trainer und Frau Ivanova, wie sie sich darüber austauschen was in den jeweiligen Bereichen in nächster Zeit ansteht. Außerdem können auch Sequenzen aus dem bisherigen Imagefilm wie zum Beispiel die Fußballsszenen und die Hausaufgabenbetreuung verwendet werden.

Ziel dieses Films soll es sein zu zeigen, dass die Arbeit nur gemeinsam funktionieren kann und dass es wichtig ist sich neben der sportlichen Karriere auch auf die Schule, den Beruf und das Soziale zu konzentrieren.

Zu beachten gilt, dass sich diese Idee für den Film nur auf die Trainer des FC-Astoria Walldorf beziehen würde. Da jedes Förderzentrum eine zuständige Person für den SBS Bereich hat, könnte dies auch verallgemeinert werden und der Film könnte sich an alle Trainer richten.

Begrüßungsmappe

Bei der Auswertung der Leitfadeninterviews kam heraus, dass die Trainer im unteren Bereich (G- bis E- Jugend) nicht immer ein Vorstellungsgespräch hatten. Daher haben sie auch keine Begrüßungsmappe mit den ersten Informationen über „Anpfiff ins Leben“ bekommen. Aus diesem Grund wäre es von Vorteil, wenn die neuen Trainer bei ihrem ersten Arbeitstag oder bei dem ersten Meeting mit dem Jugendkoordinator diese Mappe ausgehändigt bekämen und ein paar Zusatzinformationen erhalten würden.

Eine weitere Möglichkeit wäre es einen Vortrag für die neuen Trainer zu halten, bei dem das Konzept und die Philosophie von „Anpfiff ins Leben“ erklärt wird. Dabei könnte die Power Point Präsentation, die für den neuen Jugendkoordinator verwendet wurde, angewendet werden.

Grundsätzlich sollte darauf geachtet werden, dass jeder Trainer diese Begrüßungsmappe einmal erhält.

Der SBS Bereich wird in den unteren Trainingsklassen noch nicht wirklich genutzt, da die Kinder noch zu jung sind. Ihnen und ihren Eltern werden zwar die Informationen weitervermittelt, aber nicht so intensiv wie im oberen Bereich. Erst ab der U 12 wird das Angebot des SBS Bereichs besser genutzt. Somit sollten die Kinder, sobald sie in die D-Jugend aufsteigen, die Begrüßungsmappe bekommen bzw. ausführlich mit Informationen auf das Angebot hingewiesen werden.

Meetings

Sowohl von Seiten Frau Ivanovas als auch von einer Mehrzahl der Trainer wurde sich ein regelmäßiger Austausch gewünscht. Deshalb folgen nun ein paar Beispiele für mögliche Treffen, um dies zu ermöglichen und unterstützen.

Die Trainer beanstandeten, dass sie bei der ersten Trainersitzung der neuen Saison nicht wirklich wissen, was über das Jahr verteilt alles bei „Anpfiff ins Leben“ angeboten wird. Daher könnte sowohl Frau Ivanova als auch die Marketingabteilung einen gemeinsamen Plan mit dem vorläufigen Programm bei dieser Sitzung austeilen. Somit weiß jeder was bei „Anpfiff ins Leben“ in nächster Zeit stattfindet. Sollten Änderungen vorgenommen werden, müssen diese allen rechtzeitig mitgeteilt werden.

Um einen regelmäßigeren Austausch der Trainer und der Schule/Beruf/Soziales Mitarbeiterin zu gewährleisten, schlägt die Autorin mehrmalig stattfindende Meetings vor. Diese können nach Bedarf drei-oder viermal im Jahr und zudem nach den Trainings-Altersklassen getrennt, erfolgen. Durch die Differenzierung der Altersgruppen können die Angebote des SBS Zweigs besser angepasst werden. Ziel dieser Treffen soll es sein, einen Überblick zu bekommen was es neues in den jeweiligen Bereichen gibt und was sowohl sportlich als auch schulisch, beruflich und sozial in nächster Zeit ansteht. Dadurch sind die Trainer sehr gut darüber informiert, welche Angebote ihre Sportler nutzen können und die SBS Mitarbeiterin bekommt einen verstärkten Einblick in den sportlichen Bereich und wird dadurch besser mit eingebunden. Diese Treffen könnten zudem dazu beitragen, dass auch neben den Meetings ein verstärkter Austausch der beiden Bereiche besteht.

Da der Informationsaustausch zwischen den Trainern im unteren Bereich und dem momentanen Jugendkoordinator nicht optimal verläuft wäre es gut, wenn sich der neue Jugendkoordinator um einen besseren Austausch mit diesen Trainern bemühen würde. Durch das stetige Informieren und Austauschen kann sich die Beziehung beider verbessern und die Zufriedenheit der Trainer würde sich erhöhen. Dies könnte ebenfalls durch Meetings oder durch öfter persönlich geführte Gespräche optimiert werden.

Newsletter

Nicht jeder der Befragten nannte den Newsletter als Kommunikationsmittel. Deshalb sollte jeder Trainer explizit daraufhin gewiesen werden, dass der Newsletter auf der Homepage von „Anpfiff ins Leben“ unter „Info Center“ abonniert werden kann. Es soll ihnen deutlich gemacht werden, dass es von Vorteil ist den Newsletter jeden Monat zu bekommen, denn dadurch wird jeder auf den neusten Stand gebracht und erhält zusätzliche Informationen.

Power Point Präsentation

Für die Power Point Präsentation, die bei den Elternabenden benutzt wird, könnte ein festgelegtes Layout hergestellt werden. Auf diesem sollte sowohl das Logo und das Corporate Design von „Anpfiff ins Leben“ als auch das Logo von FC-Astoria Walldorf zu sehen sein. Dadurch wird den Eltern verdeutlicht, dass beide Parteien zusammen arbeiten.

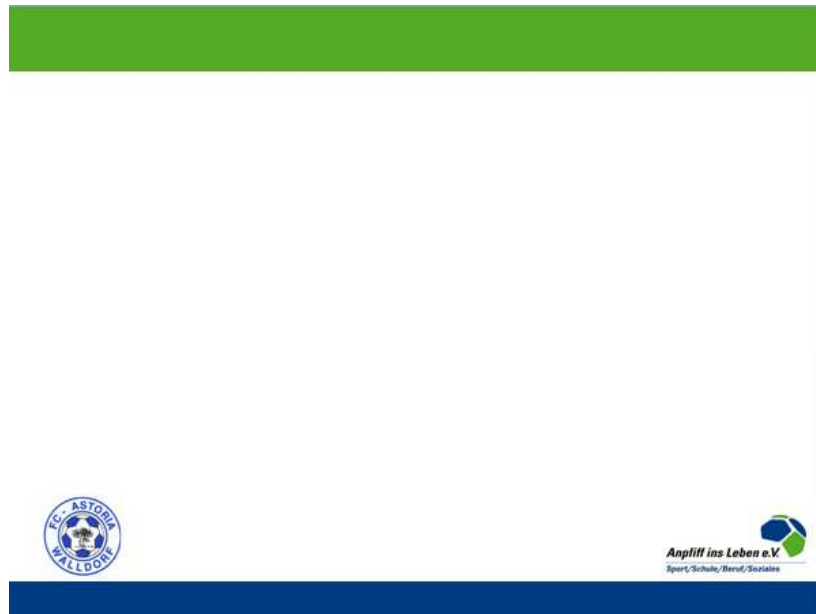


Abbildung 16: Vorlage Power Point Präsentation für Elternabende
(Quelle: eigene Darstellung)

Intranet

Da „Anpfiff ins Leben“ kein Intranet hat, wäre es zu überlegen, dies zu ändern. Es könnte so aufgebaut werden, dass es jeweils einen Bereich zum Thema Sport, SBS, Marketing, Verwaltung, Trainer und Veranstaltungen gibt, in denen die Verantwortlichen alle wichtigen und neuen Information stellen können. Dadurch erhalten alle Mitarbeiter von „Anpfiff ins Leben“ zusätzliche Informationen zu den normalen Kommunikationsmitteln durch E-Mail oder den Newsletter und einen detaillierteren Überblick über alle Bereiche. Die Informationen stehen schneller zur Verfügung und alle sind auf dem neuesten Stand [vgl. Kapitel 2.1.4]. Zu beachten gilt allerdings, dass die Aktualisierung des Intranets sehr zeitaufwendig ist. Außerdem muss jedem Mitarbeiter erklärt werden wie es funktioniert und wie damit umgegangen werden muss.

Teambuildingmaßnahmen

Einige Trainer würden sich wünschen noch mehr Kontakt mit den anderen Trainern und den Mitarbeitern des Förderzentrums Walldorf zu haben. Dies wird momentan zum einen durch das Sommerfest und zum anderen durch die Winterfeier gefördert. Das Angebot könnte erweitert werden, in dem alle Trainer des FC-Astoria Walldorfs ein- oder zweimal im Jahr etwas gemeinsam unternehmen. Beispiele hierfür wären Kanutouren, Klettern gehen oder gemeinsame Grillabende.

Das Gleiche kann natürlich mit den Trainern und den „Anpfiff“ Mitarbeitern organisiert werden. Durch gemeinsame Ausflüge wird das Teamgefühl gefördert bzw. gestärkt und die Trainer fühlen sich so noch mehr integriert.

Traineranzeige

Die Autorin hat ein Praktikum bei „Anpfiff ins Leben“ absolviert. Während dessen war es unter anderem ihre Aufgabe eine Traineranzeige zu entwerfen. Diese wurde im aktuellen Jugendkoordinatorleitfaden abgedruckt und dadurch bedankten sich die Mitarbeiter von „Anpfiff ins Leben“ bei den Trainern für deren Arbeit. Die Autorin schlägt vor so etwas öfter zu verwenden, um den Trainern verstärkt zu zeigen, dass ihre Arbeit honoriert wird. Die Traineranzeige findet sich im Anhang B.

Zusatzinformationen

Die Trainer würden sich gerne mehr Zusatzinformationen wünschen. Sie bekämen zwar Informationen über E-Mail oder Flyer, wüssten aber manchmal nicht was sie den Eltern noch dazu sagen sollen, falls diese nachfragen und müssen sie deshalb an die Ansprechpartner verweisen. Deshalb wäre es gut die Trainer persönlich bei Neuigkeiten anzusprechen und ihnen die nötigen Zusatzinformationen, falls es erforderlich ist, zu geben oder ein kurzes Meeting anzusetzen. Somit bekommen sie mehr Input und wissen über alles genauer Bescheid.

Umfragen

Um über die Zufriedenheit der Trainer über die Kommunikation oder auch andere Themen Bescheid zu wissen, wäre es eine Möglichkeit in regelmäßigen Abständen Umfragen zu machen. Diese könnten einmal im Jahr nach dem Saisonende stattfinden und per Online Befragung oder schriftlich durchgeführt werden. Entweder entwerfen die SBS Mitarbeiterin und die anderen Abteilungen im Förderzentrum Walldorf einen Fragebogen gemeinsam oder jeder macht seinen eigenen. Durch regelmäßige Umfragen sind die Mitarbeiter immer über die Zufriedenheit oder Wünsche der Trainer informiert und können dahingegen arbeiten.

4.3.2 Umsetzung

Einige der vorgeschlagenen Maßnahmen können sofort umgesetzt werden, andere müssen in Auftrag gegeben werden.

Auf das Weitergeben der Zusatzinformationen, der Begrüßungsmappen und das Aufmerksam machen auf den Newsletter muss die ganze Zeit geachtet werden. Es muss von Seiten der Verantwortlichen abgewägt werden, wann es Zusatzinformationen bedarf und dieses weitergeben werden müssen. Auf das Austeilen der Begrüßungsmappen muss zum einen der Jugendkoordinator und zum anderen Frau Ivanova achten.

Die Vorlage der Power Point Präsentation und der Plan mit dem vorläufigen Programm kann schon jetzt für die kommende Saison 2012/2013 fertiggestellt werden. Für den Plan müssen sich die Marketingabteilung und Frau Ivanova zusammen setzen, um sich darüber auszutauschen, was in ihrem Bereich angeboten wird, sich abzustimmen und den Plan zusammenstellen. Die Vorlage für die Präsentation muss festgelegt werden und die bisherigen Präsentationen müssen dahingegen geändert werden. Je nachdem wie viele es zu ändern gibt, nimmt diese Aufgabe etwas länger Zeit in Anspruch.

Die mehrmals stattfindenden Meetings der SBS Mitarbeiterin und den Trainern können bei der ersten Trainersitzung in der neuen Saison festgelegt werden. Eine andere Möglichkeit wäre es die Termine nach Bedarf, allerdings nicht zu kurzfristig, auszumachen.

Das Intranet, die Teambuildingmaßnahmen, der Film und die Optimierung der Homepage lassen sich nicht sofort umsetzen, sondern bedürfen Zeit und Überlegung. Bei der Umsetzung dieser Vorschläge wäre es gut, wenn sich die Verantwortlichen in regelmäßigen Meetings zusammensetzen würden und alle auf den neusten Stand bezüglich der Umsetzung bringen könnten.

4.3.3 Kosten

Kosten würden für die Fertigstellung des Intranets, des Films und der Homepage Optimierung aufkommen, denn hierfür müsste externe Hilfe angefordert werden. Hierbei wäre es gut sich Angebote von verschiedenen Anbietern einzuholen. Eine Hilfe dabei könnte die große Anzahl an Kooperationspartner von Seiten „Anpfiß ins Leben“ sein.

Danach muss überlegt werden, welche Maßnahmen letztendlich umgesetzt werden sollen und wann dieses passieren soll. Zu beachten gilt, dass die anfallenden Kosten in den Budgetplan des aktuellen Jahres passen.

Bei den anderen Maßnahmen gilt es zu beachten, dass sie nicht aus den Augen verloren werden, sondern immer im Hinterkopf bleiben und daran gedacht wird. Diese sind mitunter sehr zeitaufwendig, aber kostenlos.

4.4 Kontrolle

Um den Erfolg der eingeführten Maßnahmen zu messen würde sich eine Evaluation nach einem Jahr anbieten. Dadurch lässt sich herausfinden, ob sich die Kommunikation und das Teamgefühl verbessert haben und ob die Ziele realistisch sind [vgl. Kapitel 4.2.1]. Dies könnte durch eine Online Umfrage oder Fragebögen, die per Hand auszufüllen sind, evaluiert werden.

Bei der Online Befragung ist, durch die Erfahrung der Autorin, zu beachten, dass die Bearbeitungsfrist nicht zu knapp bemessen werden darf, da dann mit einem geringen Rücklauf zu rechnen ist. Hierfür müsste ein Fragebogen, den Frau Ivanova zusammen mit den anderen Mitarbeitern des Förderzentrums Walldorf zusammenstellt, für den Computer konzipiert werden. Die Trainerliste müsste gegebenenfalls überarbeitet werden und dann kann der Fragebogen an alle Trainer versendet werden.

Zusätzlich könnte dieser Fragebogen an alle Trainer per Hand ausgeteilt werden. Dadurch bekommen sie die Möglichkeit ihn entweder schriftlich oder am Computer auszufüllen. Bei beiden Varianten muss allerdings sichergestellt werden, dass die Daten vertraulich bearbeitet werden. Für die schriftliche Befragung könnte ein Behälter oder ein Briefkasten an einer zentralen Stelle angebracht werden, damit die Trainer den Fragebogen dort reinwerfen können.

Eine weitere Möglichkeit den Erfolg zu evaluieren wären die persönlichen Gespräche. Hierbei könnte sich der Jugendkoordinator bei den Trainern erkunden wie es momentan mit der Kommunikation läuft und ob sie eine Veränderung nach der Einführung einiger Maßnahmen festmachen konnten. Dadurch wird zudem der Dialog zwischen dem Jugendkoordinator und den Trainern gefördert und Gesprächsbereitschaft signalisiert.

Nach der Auswertung der Ergebnisse lässt sich feststellen in wie weit das Konzept erfolgreich war und wo es noch Änderungsbedarf gibt. Es werden neue Erkenntnisse gewonnen und daraus lassen sich eventuell neue Maßnahmen erschließen.

5 Zusammenfassung

Das Ziel dieser Arbeit war es für die zu Anfangs gestellten Forschungsfragen:

1. Wie kann die momentane Kommunikation zu den Trainern verbessert werden?
und
2. Wie kann deutlicher gemacht werden, dass die Trainer das ganzheitliche Konzept vertreten sollen?

anhand einer Analyse der momentanen Situation Lösungsansätze zu finden und diese darzustellen. Dafür wurden für die Informationsbeschaffung die zwei Forschungsinstrumente Online Befragung und unterstützende Leitfadeninterviews verwendet.

Im Rückblick dazu lässt sich feststellen, dass sich für die richtige Kombination zweier Instrumente entschieden wurde, aber die Autorin bei einer erneuten Verwendung einige Änderungen vornehmen würde. Der Fragenkatalog für die Online Umfrage sollte kürzer gestaltet werden, denn zu viele Fragen schrecken die ausgewählten Personen eher ab, da davon ausgegangen wird, dass viel Zeit in Anspruch genommen werden muss, um die Fragen zu beantworten. Zudem würde die Autorin den Trainern eine längere Bearbeitungsfrist, um den Fragebogen auszufüllen, einräumen. Durch das Durchführen der Leitfadeninterviews bekam die Autorin zusätzliche und detailliertere Informationen, wodurch die Auswertung der Online Befragung vervollständig werden konnte. Trotz einiger Schwierigkeiten lieferten die Forschungsinstrumente relevante Informationen für diese Arbeit.

Durch die gewonnen Daten und die Ergänzung eigener Überlegungen der Autorin konnten Lösungsansätze bezüglich der Forschungsfragen gefunden werden. Dabei war festzustellen, dass sowohl von Seiten der Schule/Beruf/Soziales Mitarbeiterin als auch den Trainern ein regelmäßiger Austausch gewünscht wurde. Diesbezüglich sollten mehrmals im Jahr Meetings durchgeführt werden, um die Kommunikation zu fördern.

Zudem sollte darauf geachtet werden, dass jeder neuer Trainer eine Begrüßungsmappe bekommt, um zu verstehen, was von ihm erwartet wird und wie er sich zu verhalten hat.

Von Seiten des Vereins „Anpfiff ins Leben“ werden viele Kommunikationsmittel genutzt [vgl. Abbildung sechs], was sich als sehr förderlich erweist. Allerdings sollte darauf geachtet werden, dass diese optimaler genutzt werden. Deshalb sollte öfter auf diese Mittel hingewiesen werden, um deren Wirkung zu fördern.

Durch das Umsetzen der vorgeschlagenen Maßnahmen kann in Zukunft der Kommunikationsaustausch zwischen den Trainern und den Mitarbeitern im Förderzentrum Walldorf gesteigert und dadurch die Kommunikation verbessert werden. Zudem würde sich das Verständnis der Trainer im Bezug der ganzheitlichen Umsetzung des Konzeptes von „Anpfiff ins Leben“ steigern. Die Eltern würden dahingegen profitieren, dass sie mehr Zusatzinformationen bekommen würden und dadurch besser informiert wären [vgl. Kapitel 4.2.1].

Dieses Konzept könnte zudem als Beispiel für die anderen Förderzentren fungieren. Der konzipierte Fragebogen ließe sich auch für die restlichen Förderzentren verwenden und anhand dessen könnte dort ebenfalls die momentane Kommunikation analysiert werden. Anhand der Analyse könnten die genannten Lösungsansätze Anwendung finden oder mit den sich daraus entstehenden Ideen erweitert werden.

Die Vorlage für die Power Point Präsentation könnte ebenfalls für die anderen Förderzentren verwendet werden. Dabei muss allerdings darauf geachtet werden, dass die richtigen Logos der Vereine auf der Präsentation zu sehen sind.

Der Film müsste sich nicht nur auf das Förderzentrum Walldorf beziehen, sondern könnte allgemein für alle Förderzentren entwickelt werden.

Literaturverzeichnis

Unternehmensliteratur von „Anpiff ins Leben“:

„Anpiff ins Leben“ Infobroschüre, Walldorf

„Anpiff ins Leben“ Jubiläumsbroschüre (2011), Walldorf

„Anpiff ins Leben“ Power Point Präsentation

Magazin zum Metropolregion Cup (2012)

Buchquellen:

Bernecker, Michael/Weihe, Kerstin (2009): Basiswissen Marktforschung. So gewinnen Sie die richtigen Markt- und Kundeninformationen (1. Aufl.). Cornelsen Verlag Scriptor GmbH & Co. KG. Berlin

Bruhn, Manfred (2007): Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen (4. Aufl.). Vahlen

Fill, Chris (2001): Marketing-Kommunikation. Konzepte und Strategien (1. Aufl.). Pearson Studium

Haucke, Patrizia/ Krenovsky, Annette (2003): Gelassen und souverän führen. Die Stärken des weiblichen Führungsstils. Kösel-Verlag GmbH & Co. München

Klöfer, Franz (1999): Erfolgreich durch interne Kommunikation. Mitarbeiter besser informieren, motivieren, aktivieren. Luchterhand Verlag GmbH

Mayer, Prof. Dr. Horst (2002): Interview und schriftliche Befragung. Entwicklung, Durchführung und Auswertung. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH. München

Mentzel, Prof. Dr. Wolfgang/Grotzfeld, Svenja/Dürr, Christine (2003): Mitarbeitergespräche. Mitarbeiter motivieren, richtig beurteilen und effektiv einsetzen (4. Aufl.). Rudolf Haufe Verlag GmbH & Co. KG. Planegg

Pollert, Achim/Kirchner, Bernd/Polzin, Javier Morato (2009): Das Lexikon der Wirtschaft. Grundlegendes Wissen von A-Z. Bonn

Saul, Siegmund (1995): Führen durch Kommunikation. Gespräche mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (2. Aufl.). Beltz Verlag. Weinheim, Basel

Strohmeier, Dr. Gerd (2004): Politik und Massenmedien. Eine Einführung (1. Aufl.). Nomos Verlagsgesellschaft. Baden-Baden

Zander, Prof. Ernst/Femppel, Dr. Kurt (2002): Praxis der Mitarbeiter-Information. Effektiv informieren und motivieren. Deutscher Taschenbuch Verlag GmbH & Co. KG. München

Zander, Ernst/Halberstadt, Gerhard (1995): Mitarbeiterinformation als Führungsaufgabe. Rechtsgrundlagen-Instrumente-Erfahrungen (4. Aufl.). Wirtschaftsverlag Bachem. Köln

Internetquellen:

Achtzehn99 Akademie: www.achtzehn99.de/philosophie-2/ (Stand 8.Mai 2012, 10:31Uhr)

„Ausbildung zum Fußball-Profi“:

www.vfb.de/de/teams/jugendkonzept/konzeption/page/948-2274-4-1334760673.html
(Stand 8.Juni 2012, 12:10 Uhr)

Das Ausbildungskonzept des VfB Stuttgarts:

www.vfb.de/de/teams/jugendkonzept/konzeption/page/948-2274-4-1334760673.html
(Stand 8.Juni 2012, 17:26 Uhr)

Duale Ausbildung SC Freiburg:

www.scfreiburg.com/fu%C3%9Fballschule/konzept/freiburger-wege/duale-ausbildung
(Stand 8.Juni 2012, 11:43 Uhr)

Förderzentrum Abstatt: www.anpfiff-ins-leben.de/Foerderzentren/Abstatt.aspx (Stand 8.Mai 2012, 10:41 Uhr)

Förderzentrum Heidelberg: www.anpfiff-ins-leben.de/Foerderzentren/Heidelberg.aspx
(Stand 8.Mai 2012, 11:00 Uhr)

Förderzentrum Ludwigshafen: www.anpfiff-ins-leben.de/Foerderzentren/Ludwigshafen.aspx (Stand 8.Mai 2012, 10:47 Uhr)

Förderzentrum Mannheim: www.anpfiff-ins-leben.de/Foerderzentren/Waldhof-Mannheim.aspx (Stand 8.Mai 2012, 10:53 Uhr)

Förderzentrum St. Leon Rot: www.anpfiff-ins-leben.de/Foerderzentren/St-Leon-Rot.aspx (Stand 8.Mai 2012, 10:57 Uhr)

Förderzentrum Walldorf: <http://www.anpfiff-ins-leben.de/Foerderzentren/Walldorf.aspx> (Stand 8. Mai 2012, 11:00 Uhr)

Interne Kommunikation: www.kuerzeundwuerze.ch/wissenswertes/wissen-von-a-z/interne-kommunikation/ (Stand 3.Mai 2012, 12:04 Uhr)

Interne Kommunikation in der Theorie: www.pr-wiki.de/index.php/Main/InterneKommunikation (Stand 19.Mai 2012, 10:42 Uhr)

Interne Kommunikation im Unternehmen: www.fuergruender.de/wissen/unternehmen-gruenden/unternehmensstart/aussenauftritt/kommunikation/interne-kommunikation/ (Stand 5.Mai 2012, 16:21 Uhr)

Klein, Joachim/Ringelstetter, Max/Oelert Jochen (2001): Interne Kommunikation www.econbiz.de/archiv/ei/kuei/organisation/interne_kommunikation.pdf (Stand 3.Mai 2012, 12:37 Uhr)

KSC-macht Schule: www.ksc.de/ksc-ijugend/projekte/ksc-macht-schule.html (Stand 8.Juni 2012, 11:42 Uhr)

Leitfadeninterviews: <http://i-literacy.e-learning.imb-uni-augsburg.de/node/833> (Stand 5.Mai 2012, 10:30 Uhr)

Ludwig-Mayerhofer, M.: Methoden der empirischen Sozialforschung www.uni-siegen.de/phil/sozialwissenschaften/soziologie/mitarbeiter/ludwig-mayerhofer/methoden/methoden_downloads/meth1_4_2006.pdf (Stand 5. Mai 2012, 9:53 Uhr)

Mitarbeiterzeitung: www.patner.de/leistungen/mitarbeiterzeitung.php (Stand 18.Mai 2012, 14:50 Uhr)

Partnerschulen SC Freiburg:
www.scfreiburg.com/fu%C3%9Fballschule/konzept/freiburger-wege/duale-ausbildung/partnerschulen (Stand 8.Juni 2012, 11:43 Uhr)

Quantitative und qualitative Methoden: <http://i-literacy.e-learning.imb-uni-augsburg.de/node/664> (Stand 5.Mai 2012, 10:25 Uhr)

Quantitative versus Qualitative Methoden: http://imihome.imi.uni-karlsruhe.de/nquantitative_vs_qualitative_methoden_b.html (Stand 5.Mai 2012, 10:10 Uhr)

Trainerfortbildungen: www.anpfiff-ins-leben.de/Sport/Fu%C3%9Fball/Trainerfortbildungen.aspx (Stand 6.Mai 2012, 16:22 Uhr)

Vorteile der Mitarbeiterzeitung: www.marketing-trendinformationen.de/pr/oeffentlichkeitsarbeit/beitrag/mitarbeiterzeitungen-sind-mehr-als-die-depesche-ihres-chefs-2787.html (Stand 18.Mai 2012, 14:47 Uhr)

Ziele interne Kommunikation: <http://urstrategie.de/ziele-interne-kommunikation-so-sorgen-sie-fur-funktionierende-betriebsablaufe/> (Stand 18.Mai 2012, 17:10 Uhr)

Anhang

Anhang A: Fragebogen

Anhang B: Traineranzeige

Anhang C: CD mit der Power Point Präsentation von „Anpfiff ins Leben“

Anhang A: Fragebogen

Lieber Jugendkoordinator, Trainerinnen und Trainer,

mein Name ist Selina Müller und ich studiere im letzten Semester Sportjournalismus/Sportmanagement. Für meine Bachelorarbeit erstelle ich ein Kommunikationskonzept für die „Anpfiff ins Leben – Mitarbeiter `Jugendkoordinatoren und Trainer/innen´“ am Fallbeispiel des Jugendförderzentrums Walldorf“.

Ziel meiner Bachelorarbeit soll es sein ein Kommunikationskonzept zu erstellen um zu verbessern, dass der Verein und „Anpfiff ins Leben“ als eins betrachtet wird und das auch so vermittelt wird.

Die Basis meiner Arbeit wird hierbei ein Fragebogen sein, den ich Ihnen im Anhang zugesendet habe. Deshalb würde ich mich sehr freuen, wenn Sie mir die Fragebögen möglichst ausführlich beantworten. Falls der zur Verfügung stehende Platz nicht ausreicht, nehmen Sie bitte ein weiteres Blatt hinzu. Ihre Aussagen werden später verallgemeinert und übergreifend ausgewertet. Sie müssen sich also keine Sorgen machen, dass Ihre Antworten weitergeleitet werden.

-Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt-

Ich wäre Ihnen sehr dankbar, wenn Sie mir den ausgefüllten Fragebogen bis zum **23. Mai 2012** zurücksenden. Bei Fragen und Anregungen schreiben Sie mir bitte eine E-Mail an Falls Sie das Mail Dokument nicht bearbeiten können, kontaktieren Sie mich bitte, denn dann würde ich das Interview gerne mit Ihnen persönlich führen.

Achten Sie bitte darauf, wenn Sie das Dokument bearbeitet haben es zu speichern und dann an mich weiterzuleiten. Klicken Sie also nicht auf den Antworten Button, denn dann wird der Anhang nicht mit gesendet.

Mit Ihrer Bereitschaft zur Mitarbeit leisten Sie einen wertvollen Beitrag für meine Bachelorarbeit und Sie sind es ja die durch meine Bachelorarbeit profitieren sollen.

Herzlichen Dank für Ihre Bemühungen!

Mit freundlichen Grüßen
Selina Müller

Jugendkoordinatoren und Trainer- Befragung zur Kommunikation von „Anpfiff ins Leben“ / FC-Astoria Walldorf

I. Fragen zum persönlichen Werdegang:

1. Sie sind

☐

männlich

☐

weiblich

2. Wie alt sind Sie?

3. Welchen Trainerschein haben Sie?

4. Wie lange sind Sie schon Trainer/in bei diesem Verein?

5. Welche Altersklasse trainieren Sie?

6. In welchem Arbeitsverhältnis üben Sie Ihre Tätigkeit aus?

☐

hauptberuflich

☐

nebenberuflich

☐

ehrenamtlich

II. Kommunikation „Anpfiff ins Leben“ / FC-Astoria Walldorf

1. Wie zufrieden sind Sie mit der momentanen Kommunikation zwischen Ihnen und „Anpfiff ins Leben“ / FC-Astoria Walldorf und warum?

☐ sehr zufrieden ☐ in Ordnung ☐ geht so ☐ gar nicht

2. Wer ist Ihr erster und zweiter Ansprechpartner?

Schule/Beruf Soziales:

1. Ansprechpartner

2. Ansprechpartner

Sport:

1. Ansprechpartner

2. Ansprechpartner

Verwaltung/Organisatorisches:

1. Ansprechpartner

2. Ansprechpartner

Über was werden Sie informiert/ Themengebiete?

Über welche Themen informieren Sie „Anpfiff ins Leben“?

Wie werden Sie informiert? (Medien, persönlich...)

4. Wie gut wird kommuniziert, dass „Anpfiff ins Leben“ und FC-Astoria Walldorf eine Einheit sind?

☐ sehr gut ☐ in Ordnung ☐ geht so ☐ gar nicht

5. Wie wird kommuniziert, dass „Anpfiff ins Leben“ und FC-Astoria Walldorf eine Einheit sind?

III. Über „Anpfiff ins Leben“

1. Wie kam die Verbindung von Ihnen und "Anpfiff ins Leben" zu Stande?

2. Was gefällt Ihnen am Konzept von „Anpfiff ins Leben“?

3. Fühlen Sie sich als einen Teil von „Anpfiff ins Leben“/ FC-Astoria Walldorf?

☐ ja

☐ nein

Wenn, nein warum nicht?

4. Inwieweit fühlen Sie sich in das Konzept integriert und warum?

Inwieweit dürfen Sie Entscheidungen treffen?

Inwieweit dürfen Sie Ihre Ideen mit einbringen?

5. Wie vermitteln Sie die Philosophie von „Anpfiff ins Leben“ Ihren Sportlern?

6. Motivieren Sie die Sportler auch die Angebote in den anderen Bereichen zu nutzen?

☐

ja

☐

nein

Wenn ja, wie?

Wenn nein, warum nicht?

7. Haben Sie Verbesserungsvorschläge oder Wünsche bezüglich der Kommunikation?

Anhang B: Traineranzeige

„Anpfiff ins Leben“

Das Dietmar-Hopp-Jugendförderkonzept

„Daumen hoch für alle Trainer und Jugendkoordinatoren. Ihr seid spitze!“



Als ein wichtiger Teil von „Anpfiff ins Leben“ betätigt Ihr euch mit großem Engagement bei der ganzheitlichen Jugendförderung. Mit viel pädagogischem Geschick und Fachwissen auf und außerhalb des Fußballplatzes tragt Ihr für die Persönlichkeitsentwicklung der Jugendlichen bei.

Dafür möchten wir DANKE sagen!

Euer „Anpfiff ins Leben“ Team

10 Jahre



Anpfiff ins Leben e.V.
Jugendfördern

Mehr unter: www.anpfiff-ins-leben.de

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname